

COMPTE RENDU DE LA CONFERENCE DU 22 SEPTEMBRE 2011 **« LE LEADERSHIP DU FUTUR »**

Nicolas DUMONT, Président du Pays des 3 Vallées, président de la Communauté de Communes de l'Abbevillois et Maire d'Abbeville inaugure la conférence par un discours où il présente les « **Cyclades IPM** » comme **une série de conférences pour voyager au cœur de la prospective d'entreprise**. Ce nouvel événementiel lancé sur le territoire de la Picardie Maritime et la vallée de Bresle permettra d'aborder des thèmes porteurs & optimistes (analyses des grandes tendances, souhaits des générations futures, nouveaux comportements managériales pour anticiper le monde de demain ...), animés par de brillants conférenciers. Ces Cyclades formeront un cercle de réflexions, d'analyses et d'expériences à partager tous ensemble, un moment d'échanges tout simplement !

Le 22 septembre, la première Conférence des Cyclades IPM sur « Le Leadership du futur » est animée par Kaat Exterbille, Néerlandophone, prospectiviste de renommée internationale & architecte du changement en entreprise. Inspiratrice du dialogue interculturel et intervenant dans les plus grands groupes, Kaat Exterbille travaille sur le futur lointain pour aboutir à des actions concrètes. En tant que futurologue & philosophe, Kaat a partagé ses pistes de réflexion pour mieux manager face à la génération « digitale » et a donné des clés de lecture pour mieux appréhender le monde de demain.

Virginie Raison, chercheuse-analyste en géopolitique présentera mi-décembre une deuxième conférence sur « **Les futurs du Monde : les variables du changement** ». Pour un troisième temps fort en avril 2012, l'aventurier Olivier Soudieux nous interpellera sur la façon de « **Cultiver la performance positive** ».

Kaat Exterbille, prospectiviste stratégique et architecte du changement en entreprise prend la parole et nous explique sa méthode :

- 1) Voir loin
- 2) Regarder en arrière (sources du changement)
- 3) Comprendre les nouveaux comportements
- 4) Balayer les idées reçues

La réflexion prospectiviste consiste à prendre des mesures pour s'adapter.

Kaat Exterbille introduit sa présentation par une **définition de la « génération digitale »** :

« Elle comprend les individus nés entre 1980 et 1995 et est aussi appelée « génération Tongue » ou « génération pourquoi ». On la reconnaît de par son attitude et sa tenue vestimentaire, pouvant être considérées comme inappropriées au monde de l'entreprise (piercing, jeans, baskets...). Les individus qui la composent se voient très rapidement attribuer une étiquette par leurs collègues. On les dit arrogants, fainéants et superficiels. Ils aiment être connectés en permanence avec leur réseau et

envoient des SMS et des tweets à longueur de temps. Ils ne supportent aucune critique dû au fait que les parents comme les instituteurs leur ont toujours donné un retour positif.

Ils sont exigeants, impatientes et n'ont pas de respect pour la hiérarchie (ils se considèrent d'égal à égal avec leurs supérieurs). Ils espèrent gravir les échelons rapidement et n'ont pas le temps pour être des apprentis. Ils ont un avis sur tout et n'hésitent pas à faire part de leur opinion quant à la stratégie de l'entreprise.

Cependant, ils savent écouter, ils sont très bien formés, intelligents et si on leur laisse une place dans l'organisation, alors ils contribuent largement au développement de l'entreprise. Enfin, malgré les apparences, ils ne sont pas superficiels et prennent leur travail au sérieux. »

Kaat termine son introduction en ajoutant que compte tenu de la guerre des talents qui s'annonce, c'est au dirigeant de s'adapter à cette génération. En effet, il sera de plus en plus difficile d'attirer les bonnes ressources et surtout, de les fidéliser.

Dans une deuxième partie, Kaat nous explique les **origines de ces variables du changement**. Ainsi, la forte explosion de la haute technologie (passage d'un monde post industriel, dit de services, à un monde de connaissance) a favorisé le phénomène du tout Internet. Aussi, le changement des valeurs qui placent la transparence (partage de nos préférences personnelles sur les réseaux sociaux) et la confiance au premier plan, devant la valeur nette d'une entreprise cotée en bourse, a modifié les comportements et la façon de manager en entreprise. On a ainsi vu se multiplier les plateformes qui intègrent les fournisseurs et les distributeurs dans leur réflexion. Tout va plus vite, et le lancement des produits est plus rapide qu'auparavant.

Kaat poursuit sa présentation en nous donnant **les tendances émergentes et leurs influences sur le futur** :

- 1) **Evolution de la démographie.** En 2015, les Nations Unies estiment à 735 millions le nombre d'habitants en Europe. Aussi, pour maintenir le niveau de vie, l'Europe devra faire venir 20 millions d'immigrants toutes qualifications confondues. Sachant que la population immigrante ne sera pas formée selon les besoins des entreprises, il sera du ressort de ces dernières de capter les ressources à haut potentiel. Ce qui implique de répondre à leurs attentes et de correspondre à leurs valeurs. En parallèle, l'élite française (environ 40 000 personnes) quittera la France pour l'étranger.

Résultat : il faudra s'adapter à la mixité et trouver des solutions pour régler les conflits générationnels (jeunes cadres dynamiques multiculturels/anciens cadres proche de la retraite)

- 2) **Evolution du business modèle** qui sera amené à évoluer souvent en fonction des besoins.

Résultat : la demande s'orientera vers plus de flexibilité/souplesse et exigera de savoir travailler avec des inconnus, seul, en dehors de l'entreprise et sur des sujets multiples.

- 3) **Evolution des valeurs de l'entreprise.** La génération digitale recherchera à intégrer une entreprise qui partage ses valeurs concernant l'environnement et le social.

Résultat : Intégration des ONG dans les plateformes de réflexion (ex. de Nestlé qui a intégré Greenpeace)

4) Individualisation des contrats de travail.

Résultat : Elaboration de nouvelles grilles de rémunération, plus segmentées par individu.

5) Création d'un plan de protection sociale à la carte.

Résultat : il s'agira pour l'entreprise de proposer un lieu de travail convivial, auquel le collaborateur puisse s'identifier.

6) Place de la technologie prépondérante avec la dématérialisation des services.

Résultat : l'approche client sera de plus en plus individualisée. La valeur ajoutée de l'être humain sera la créativité.

7) Passage d'une économie concurrentielle à une économie de la sagesse (moins compétitive qu'aujourd'hui).

Résultat : les émotions, l'empathie et la créativité prendront plus de place dans l'entreprise.

Ce constat amène Kaat à nous apporter des **pistes de solutions pour savoir bien gérer et fidéliser la génération digitale.**

Le premier conseil qu'elle prodigue aux leaders est de **manager à l'image d'un chef d'orchestre**. Il doit indiquer la cadence et donner des lignes de conduite claires tout en sachant s'appuyer sur les ressources humaines de l'entreprise.

Le manager devra également **modifier la façon de travailler en entreprise** et proposer des horaires flexibles combinés à du télétravail. La vie privée de ces nouvelles générations prime et la vie professionnelle ne fait que s'y intégrer. La génération digitale travaille mieux lorsqu'elle est jugée sur ses résultats plutôt que sur sa présence en entreprise. De ce fait, le manager devra établir un dialogue avec ses collaborateurs et demander leur opinion tout en faisant du feedback positif. Il ne devra pas hésiter à leur donner des tâches au-dessus de leurs moyens et sera surpris par les capacités et les compétences de cette génération. Enfin, il ne devra pas leur proposer un plan de carrière mais plutôt un plan de croissance.

Kaat conseille au manager d'être **clair sur ses attentes**. Celui-ci ne devra pas contrôler le travail mais coacher la personne. Pour cela, il sera plus pertinent d'utiliser les réseaux de celui que l'on veut atteindre : Internet et les réseaux sociaux.

Enfin, le manager devra créer une **culture d'entreprise** et favoriser le contact entre les collaborateurs. Le lieu de travail doit être un lieu d'échanges, dynamique, chaleureux, créatif, qui stimule l'esprit d'équipe.

Les actions du leader :

- Avoir une vision claire sur le futur de l'entreprise et s'exprimer sur le sujet

- Fixer des objectifs mesurables et communiquer sur les résultats
- Traduire les valeurs de l'entreprise (comment travailler dans l'entreprise, vérifier l'exécution des missions confiées, mesurer la finalité des objectifs...)
- Proposer une vision de l'entreprise idéaliste et sociétale en faisant des efforts sur le développement durable. Exemple de la Directrice de communication du groupe Kraft Foods, Sara Sizer, qui s'adonne une journée par mois à un projet de bénévolat.
- Etablir des contacts, créer du lien entre les générations et les différentes cultures (collaborateurs/actionnaires).

Kaat conclut la séance en demandant à l'assemblée si celle-ci a des questions à poser.

Durée de la conférence : 35 minutes

Moment d'échanges entre l'assemblée (29 participants) et Kaat Exterbille :

- **Comment manager la nouvelle génération avec l'ancienne ?**

K.E ☞ Il est nécessaire de revoir tout le système RH et notamment le rendre plus flexible avec moins de contrats fixes.

- **Les chefs d'entreprises français sont-ils prêts à accueillir cette génération digitale ?**

K.E ☞ Il faudra faire des efforts sur le leadership. La façon de manager en France est trop hiérarchique et ne colle pas à l'international.

- **Cette génération est-elle prête à communiquer avec ceux qui ont le savoir faire ?**

K.E ☞ Il y a un manque évident de développement interpersonnel de la part de la génération digitale. Ils ne communiquent pas par téléphone mais seulement par l'intermédiaire des réseaux sociaux. Ils ont cependant du respect pour les anciens collaborateurs.

- **Comment trouver le juste équilibre en matière de télétravail ?**

K.E ☞ Il faut maintenir le contact humain et bien faire la différence entre le temps de travail à domicile de celui sur le lieu de travail.

- **On observe une lassitude générale sur les valeurs liées à l'environnement (le gouvernement recule et les ventes dans le commerce équitable sont en baisse de 30 %...) pensez vous que cela vaut la peine de continuer dans ce sens ?**

K.E ☞ Les questions d'équité et de durabilité sont toujours actuelles et le seront de plus en plus. L'économie durable est un concept qui a de l'avenir dans le sens où il apparaît important de redonner au territoire ce qu'il nous a donné. On remarque un retour vers le régionalisme (les produits locaux prennent du sens).

- **Quelle sera la prochaine rupture technologique ?**

K.E ☞ Le nerf de la guerre sera le suivi du flux d'informations, la course à la connaissance. Les ordinateurs seront en mesure de capter les émotions des individus et pourront personnaliser les informations.

- **Nous sommes dans une région aux savoir-faire spécifiques, qu'en est-il de la transmission de ce savoir ?**

K.E ☞ Il ne faut pas hésiter à communiquer avec la génération digitale, qui sait être à l'écoute.

- **Quel sera l'impact sur le système éducatif ?**

K.E ☞ Déjà aujourd'hui, la reprise des sujets sur Internet ne semble pas poser de problèmes. Les élèves auront le choix d'une formation à la carte selon leurs souhaits.

- **Comment cette génération managera t'elle ?**

K.E ☞ Les individus qui la composent ne sont pas de bons managers, ils devront apprendre à l'être.

- **Comment mettre en osmose cette génération avec les clients de l'entreprise ?**

K.E ☞ C'est une génération qui est sans cesse en contact avec le client (plateformes...). Il faut donc être optimiste quant à ce point.

Durée de l'échange : 30 minutes

Félicitations et remerciements de Bernard Martel, Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie Territoriale Littoral Normand Picard.



Calendrier

en Picardie Maritime & Vallée de Bresle

✓ **Jeudi 15 Décembre 2011 à 17h : « Les futurs du Monde : Les variables du changement »**

animée par **Virginie Raison**, chercheuse-analyste

✓ **Jeudi 26 Avril 2012 à 17h : « Cultiver la performance positive »**

animée par **Olivier Soudieux**, aventurier

Les lieux seront communiqués prochainement

Réseau « Investir en Picardie Maritime »

20, rue du chevalier de la Barre 80142 ABBEVILLE Cedex

☎ 03 22 25 47 91 edwige@investirenpicardiemaritime.fr - www.investir-en-picardie-maritime.fr

Voyage au cœur de la prospective d'entreprise

