

Opinion

La génération Y, moi, j'y crois !

Bruno Bernard

Professeur, Dr H.C. et confiant en notre jeunesse.

■ Récemment, dans un texte qui a choqué beaucoup de monde ⁽¹⁾, un professeur critiquait le faible niveau en expression écrite des étudiants qui arrivent à l'université. Les "veaux de la génération Facebook". Je vous propose un autre point de vue.

Entre divorces, familles séparées, difficulté d'accéder à la propriété ou de travailler dans une firme très longtemps, une nouvelle génération de nomades est née. Je ne dis pas que nous sommes face à une génération de "manouches new age"

mais face à des personnes mobiles. Voici donc nos "Y" voyageant avec quelques meubles, livres, tableaux et souvenirs (quand ceux-ci ne sont pas stockés numériquement sur des serveurs virtuels). Le diplôme vous donnant un emploi pour toujours est mort, la formation continue et de nouvelles orientations professionnelles per-

manentes donnent le ton. Et les programmes Comenius ou Erasmus donnent des ailes à cette bougeotte. Je vous invite à regarder les films "L'Auberge espagnole", "Les Poupées russes" et "Le Casse-tête chinois" du réalisateur Cédric Klapisch pour bien sentir l'ambiance et les relations de cette population sans identité nationale ni valeurs morales d'un autre temps.

Les carcans ont sauté

En effet, ces jeunes ne sont ni étouffés, ni influencés par le carcan des pères culturels régio-

naux ou familiaux. Et cette génération de mercenaires-hippies-pirates sans attache, vous devez vous en entourer pour avancer ! Avantage : votre personnel sera plus mobile en cas de délocalisation, plus flexible dans ses horaires, plus adapté à son environnement de clientèle, plus ouvert aux changements et contraintes de voyages.

Dans la génération Y, il y a les précurseurs. Ceux qui, les premiers, ont intégré la stratégie de survie face à la génération précédente. Snowden, Assange, Jobs, Branson, Niel, Zukerberg et Musk sont les pionniers de cette caste de futurs rebelles. Les premiers à faire voler en éclats des repères d'un autre temps, d'une autre approche aux normes.

"Normes", le mot est lâché. Ces nouveaux hommes sont effectivement "hors normes". La génération avant rêvait d'envoyer ses enfants sur la lune, eux sont dans l'action et veulent partir dans l'espace. Le concept temps est révolu. Comme Zukerberg, on peut être milliardaire à trente ans. Face à une telle réalité, les concepts d'autrefois sont évidemment obsolètes. Comment, dans de telles conditions, se contenter de gérer des actions en bon père de famille ou penser une stratégie

commerciale à long terme ?

Un jeu et une fusée

Deux exemples pour mieux comprendre :

Rovio (Angry Birds)

vaut six fois plus que Nokia. Oui, vous avez bien lu : cette firme qui commercialise un simple jeu où l'on lance des oiseaux sur des cochons vaut six fois une firme qui fabrique des téléphones et qui possède de vraies usines, de vrais brevets, de vrais produits, et pas juste quelques dessins et des bruits. Il faut imaginer le concept... Des employés de Nokia demandent à la banque quelques millions d'euros pour mettre au point un jeu gratuit consistant à jeter des oiseaux sur des cochons. Et non : ils ne sont pas enfermés dans un asile psychiatrique. Financés, ils deviennent même milliardaires dans les trois ans !

Si vous allez sur le site Copenhagen suborbitals, vous trouverez des Danois qui, après avoir conçu un vrai sous-marin et tiré des fusées, finalisent la construction d'un module capable d'envoyer un humain dans l'espace pour 60 000 euros alors que la puissante Nasa a dû mettre 400 millions de dollars pour y arriver. Et il y a d'autres cas.

Déplacements et immatérialité

La génération Y peut voyager, vivre en colocation un an, aller loger chez l'habitant ou mettre en péril la rentabilité du TGV en créant des sites de covoiturage... Cette "caste" met en place de nouvelles règles du jeu, renouant simplement avec le bon sens. Une grande révolution a facilité les déplacements et cassé les repaires stratégiques qui bloquaient nos rêves, ralentissaient nos projets et freinaient ou brisaient toute créativité. Nos jeunes ne souffrent plus de ce genre de soucis.

Mes enfants sont amis avec des étrangers sans s'en rendre compte. Ma fille Catherine a comme amies une Chinoise et une Japonaise, mon fils Romain un Néerlandais et ma petite dernière Clémence une Mauricienne. Ceci leur garantit une appro-

che essentiellement cosmopolite.

La génération Y est aussi la génération de l'immatériel et de la production de produits de masses duplicables à l'infini sans outils de fabrication supplémentaires. Là où, pour vendre un million de disques ou de consoles de jeux, il fallait une grande usine, avec la VOD (achat de programmes via le Web), vous pouvez vendre dix jeux, un million ou dix millions, sans outils supplémentaires.

Cette façon de penser change irrémédiablement l'esprit. Le concept génial lié à une start-up peut vous rendre riche et puissant en deux ou trois ans...

Réussite immédiate

Aller vite dans l'industrie était réalisable avant les années 1900 mais totalement impossible depuis un siècle. Sauf qu'aujourd'hui, la mentalité des joueurs a changé, leur donnant une possibilité de réussite immédiate sans argent, sans famille, sans investissement, sans études et sans effort. Une bonne idée, du réseautage, se trouver au bon moment au bon endroit, et voici des montagnes d'argent qui pleuvent pendant une dizaine d'années. L'auteur de Harry Potter ou Suzanne Boyle passent ainsi rapidement de "chômeuses" à millionnaires. YouTube pousse des personnes comme la chanteuse Adèle ou la danse du cheval au niveau planétaire en quelques jours, là où des groupes comme les Beatles ou Abba ont mis trente ans pour réussir...

Avec des possibilités de rebondissements pareils, il est évident que l'approche des études ou les relations avec les patrons sont différentes. Mais non, Monsieur le professeur, les jeunes de la génération Y ne sont pas "les veaux de Facebook", comme vous dites. Moi, je compte sur eux.

→ Ce texte répond à l'opinion "Nous allons fabriquer les veaux de la génération Facebook" (LLB 24/7/2017).