



MANAGEMENT

Des réseaux de juniors auprès des directions

Les jeunes embauchés se fédèrent pour contribuer à la bonne marche de l'entreprise

Tout a commencé par des *afterworks*. A Paris, à Bruxelles ou à Lyon, de jeunes salariés d'Engie (ex-GDF Suez) se rencontrent après le boulot pour faire connaissance. « *J'y suis entré car je recherchais un réseau, je voulais mieux connaître le groupe, savoir ce qui s'y passait* », raconte Christophe Devoille, 32 ans, arrivé chez Engie en 2010. Près de six ans plus tard, le Young Professionals Network (YPN) compte quelque 800 membres dans le groupe énergétique français. Réseau à l'origine informel, il est devenu officiel, incarnant la voix des jeunes de moins de 36 ans dans l'entreprise. Concrètement, il rend des livres blancs sur « le manager dans l'environnement 2.0 », « l'entreprise sans mail », ou fournit des études prospectives sur les futurs modèles économiques dans le secteur de l'énergie...

En janvier 2016, c'était au tour du groupe hôtelier AccorHotels d'établir son « shadow comex », un comité exécutif fantôme composé de collaborateurs âgés

de 25 à 35 ans. Ceux-ci sont désormais consultés à chaque décision prise par le comité exécutif.

Pour les grandes entreprises, c'est un pari qui vise notamment à dissuader les jeunes d'aller postuler ailleurs. Selon la dernière enquête du cabinet Deloitte sur la « génération Y », 66 % des jeunes diplômés nés après 1982 désirent quitter leur entreprise d'ici à 2020, et ils sont 44 % à vouloir le faire dans les deux prochaines années.

« *Pour retenir les talents, des grandes entreprises ont donc mis en place des réseaux de jeunes embauchés*, explique Manuelle Malot, directrice du NewGen Talent Centre, le centre d'études sur les jeunes générations de l'Edhec. *A l'origine, c'est une pratique des cabinets d'audit et de conseil. L'objectif était de rendre le premier poste des jeunes diplômés plus agréable, d'offrir des missions transversales pour leur donner une vision élargie des postes dans l'entreprise.* »

A 26 ans, Aniss Berrada s'est ainsi vu confier par HP Enterprise la création de la déclinaison française du Young Employee



Network (YEN). Il entend bien en faire profiter ses collègues. « Pour un jeune, il est très difficile de prendre des initiatives sans être perçu comme un hyper ambitieux », constate ce jeune ingénieur. L'objectif affiché du YEN est de donner de la visibilité aux juniors. « Si quelqu'un a vu une opportunité ou veut monter en compétences, on va l'aider. On crée ainsi des liens avec nos collègues de Palo Alto, de New York, d'Australie. Si un jour, un recrutement a lieu chez eux, on a plus de chances d'être au courant », indique-t-il.

Mentorat inversé

Au-delà d'une meilleure transparence de l'information, les juniors en profitent pour faire des propositions au top management. Dans des grandes entreprises encore organisées en silos et hiérarchisées verticalement, ces réseaux sont une bouffée d'oxygène sur le plan professionnel.

Lorsque GDF Suez a décidé de changer de nom, le Young Professionals Network réfléchissait à

sa valeur ajoutée. Il a alors entrepris des sessions de mentorat inversé : à savoir, des équipes de salariés accompagnés par des plus jeunes. Le YPN organise aussi des séminaires dont l'objectif est de réfléchir, notamment, à la transformation de l'entreprise, mais aussi de répondre à certains besoins, à l'image du projet « Move Your Talent ». Retenu à l'occasion du premier Creative Lab, il consiste à travailler dans un autre service du groupe pendant trois à six mois. « Si un manager constate qu'un collaborateur est lassé, il pourra lui proposer d'aller prendre l'air et de prendre du recul », justifie Christophe Devoille.

Chez Thales, des associations ont essaimé depuis 2005. Il existe aujourd'hui une quinzaine de Young Employee Societies (YES), nées sur les différents sites du groupe. « Au départ, notre fonction était d'assurer une bonne intégration aux arrivants », explique Alexandre Borellier, membre du YES Bordeaux, âgé de 26 ans. Le réseau a

pris du galon avec l'annonce du plan de compétitivité Ambition Boost. Les YES se font alors remarquer par la direction, qui voit en ces nouvelles recrues un moyen de dynamiser l'entreprise. L'occasion, pour ces associations, d'obtenir la légitimité qui leur manquait et de se développer plus facilement, avec le soutien de la hiérarchie. ■

CATHERINE ABOU EL KHAIR



NINI LA CAILLE