

monSOIR

CULTURE
Premières notes
du Reine
Elisabeth
P.30

ENSEIGNEMENT
Le classement
européen
des universités
P.26

VACANCES
Flamands et francophones
ne choisissent pas
la même destination
P.28

POLÉMIQUES
La chronique
de Jean-François
Kahn
P.27



Dépassé par le numérique, est-ce que c'est grave ?

Dans leur travail de tous les jours, les plus de 50 ans se sentent de plus en plus dépassés par les technologies de l'information. Ce n'est pas nécessairement une fatalité.

Même si Claudine Brasseur quitte *Le jardin extraordinaire* pour un ensemble de raisons déjà explicitées ici, nul n'a manqué de relever la petite phrase dans laquelle elle disait « ne pas être intéressée par Twitter ou Facebook ». Peut-on en déduire que tout travailleur de plus de 50 ans est concerné par la révolution numérique ?

« Je ne veux pas généraliser en termes de générations car il y a des gens de générations plus anciennes qui ont très bien compris et qui se sont très bien adaptés, réagit Philippe Couve, consultant et formateur en nouvelles technologies. Néanmoins, dans un certain nombre d'entreprises, il y a, dans l'encadrement, des gens qui espèrent ne rien changer à leur mode de fonctionnement jusqu'à la retraite. Ces gens-là, en général, précipitent la chute des maisons dans lesquelles ils travaillent ! Aujourd'hui, les nouveaux moyens liés à l'informatique et aux réseaux bousculent à peu près tous les secteurs. Donc si, des gens qui n'ont aucune intention de bouger veulent partir, je dis que c'est une très bonne chose. Je salue leur courage et leur décision de laisser les manettes entre des gens qui veulent prendre ça à bras-le-corps. »

« S'il y a encore quelques professions pas ou peu concernées, la plupart le sont déjà. Le phénomène semble irréversible et de nouvelles compétences sont exigées des travailleurs, enchaîne Marie-Thérèse Casman, sociologue du vieillissement à l'Université de Liège (ULg). Ce qui donne le tournis, c'est le fait que les nouveautés s'accroissent sans cesse et que les moyens deviennent vite obsolètes, remplacés par d'autres encore plus rapides et performants. Dans le cas de Claudine Brasseur, il semble qu'elle n'avait pas l'envie d'utiliser ces nouveaux moyens et qu'elle a donc préféré anticiper son départ. Elle n'est sans doute pas la seule. »

« C'est aux entreprises à les aider à maîtriser ces nouveaux outils »

MARIE-THÉRÈSE CASMAN

des formations ou partir à la retraite ? « Ceux qui veulent continuer à travailler doivent se former. Mais, c'est aux entreprises à les aider à maîtriser ces outils s'ils deviennent incontournables pour exercer leur profession », précise Marie-Thérèse Casman.

Vu la pyramide des âges et l'espérance de vie qui n'arrête pas de s'allonger, que va-t-il se passer avec cette génération appelée par ailleurs à travailler de plus en plus longtemps ?

« Même s'ils sont dans le circuit économique depuis 25 ou 30 ans, ils ont - plus que les générations précédentes - une formation plus poussée et ont aussi vécu pas mal d'évolutions et de changements depuis le début de leur carrière : changement d'emploi, évolution de la technologie (de la machine à écrire à l'ordinateur), de la communication (du téléphone fixe au GSM), etc., explique Marie-Thérèse Casman. Le problème, c'est qu'il y a un double discours au sein du monde du travail. D'une part, on considère qu'il convient de travailler plus longtemps vu le vieillissement démographique ; et d'autre part, les entreprises ont tendance à « décourager » les travailleurs âgés et à les remplacer par des plus jeunes. »

WILLIAM BOURTON
PHILIPPE DE BOECK

34 %
des entreprises
belges déclarent que
le média social est
un outil qui permet
de gagner de
nouveaux
clients



« Facebook, Twitter, je ne suis nulle part et ça ne m'intéresse pas. Je ne corresponds pas au virage 360° de la RTBF »

CLAUDINE BRASSEUR

Avec
264.344
fans sur
Facebook Ice Watch
est la marque belge
la plus prisée sur
les réseaux
sociaux



« J'estime qu'avec la mutation numérique, je ne suis plus l'homme de la situation »

FRANZ-OLIVIER GIESBERT

© PIERRE-YVES THIENPONT.

FERNAND DIMIDSCHSTEIN, DIRECTEUR GÉNÉRAL DE LA SOCIÉTÉ DE CONSEIL ACCENTURE POUR LA FRANCE ET LE BENELUX

« Savoir comment faire cohabiter deux mondes »



Est-ce que les cas de décrochage numérique dans le cadre professionnel vont croissant ? Ce n'est pas tellement de mon point de vue la question du largage qui se pose que celle de savoir comment faire cohabiter deux mondes, le monde du passé et le monde digital. D'un côté, les entreprises sont satisfaites de l'arrivée des innovations car cela crée de la dynamique dans l'entreprise mais, d'un autre, elles se demandent comment s'organiser. Cela dépend des secteurs évidemment. Si on prend le secteur bancaire, 99 % du travail d'une banque

consiste à gérer des risques. Alors que le monde digital doit être totalement sécurisé. La question ne porte pas tant sur les gens qui partent mais plutôt sur le face-à-face entre deux générations qui ne travaillent pas à la même vitesse. A chaque révolution technologique, on a un gap générationnel parfois infranchissable pour certains. Nos enfants n'ont connu qu'internet et trouvent anormal de payer pour l'information, la musique. On voit de manière médiatique que le monde des médias est particulièrement exposé à cette évolution. Est-ce que cela concerne tous les secteurs ? Nous avons réalisé une étude sur les marchés impactés par la digitalisation et les réseaux sociaux. Il y en a six essentiellement. Cela concerne tout le commerce, le paiement, la

santé (la gestion personnelle de son dossier médical et de son alimentation), le transport, l'enseignement, la fabrication. La présence sur les réseaux sociaux a-t-elle un sens pour toutes les entreprises ? Oui, absolument. La majorité de nos clients se dotent d'équipes qui ne font que ça, qui ne gèrent que le « social analytics », pour comprendre tout ce que l'on dit de vous et de vos produits sur les réseaux sociaux. Vous ne pouvez plus être chef marketing sans avoir organisé une présence sur les réseaux sociaux. C'est aussi une source de croissance potentielle, ce n'est pas que du contrôle de ce que l'on dit de vous mais aussi utiliser intelligemment les réseaux sociaux pour faire parler de votre produit et accroître les ventes.

J.-F. LWS