



Chapitre 14 Comment les organisations prennent-elles en compte les changements des modes de vie ?

Les changements sociétaux et de mode de vie influencent les pratiques des organisations. Les transformations digitales ont créé des changements dans les modes de vie qui s'opèrent au niveau des attentes des salariés et des modes de consommation. Ces tendances ont un impact sur l'organisation et le management.

1. Quels sont les nouveaux rapports au travail ?

Le contexte sociétal a changé : avant 1990, c'est-à-dire avant la démocratisation des ordinateurs, des téléphones et des outils de communication numériques, la création, l'interaction et le maintien de relation se faisaient exclusivement par le présentiel au travail.

L'omniprésence des réseaux de communication dans notre environnement a changé les comportements. Concrètement, cela se matérialise par une dépendance à l'utilisation d'Internet.

Ces tendances sociétales ont un impact sur l'individu au travail, sur l'organisation du travail et le management de l'organisation.

A. Les nouvelles attentes des salariés

Dans leur travail, les salariés souhaitent s'exprimer librement et être écoutés sans avoir à supporter le poids de la hiérarchie.

Ils souhaitent évoluer dans un environnement de travail agréable avec des espaces dédiés à l'épanouissement personnel. Pour leur bien-être, ils aspirent à concilier leur vie professionnelle et leur vie privée.

B. Les réponses du management aux nouvelles attentes des salariés

Pour répondre aux nouvelles attentes des salariés, l'organisation doit supprimer des niveaux hiérarchiques et développer un management de proximité fondé sur le respect mutuel et la confiance.

L'aménagement du lieu de travail doit être convivial, propice aux échanges et proposer des espaces de détente.

- ❖ **Le télétravail, qui permet aux salariés de travailler de chez eux**, est une solution pour concilier vie professionnelle et vie privée.

Le droit à la déconnexion donne le droit aux salariés de ne plus être connectables en dehors de leurs horaires de travail. Il a pour but de lutter contre le surmenage et le *burn-out*

Le rapport au lieu de travail a changé : les outils numériques rendent le travailleur disponible en permanence, le temps de travail n'est plus effectué uniquement aux horaires de bureau. La présence des travailleurs n'est plus forcément obligatoire sur le lieu de travail. Le télétravail permet le travail nomade,

sans bureau fixe. Il est possible de travailler de chez soi ou depuis des espaces de *coworking*. Les frontières entre le travail et la vie personnelle sont plus poreuses. Elles permettent de répondre à la volonté affirmée par *les millenials* d'un meilleur équilibre entre vie privée et vie professionnelle, et de disposer de davantage d'autonomie au travail. (*Les Millenials sont des individus devenus adultes aux environs de l'an 2000*)

Les organisations adaptent leur mode d'organisation en adoptant les outils numériques de travail. Grâce à ces outils, les salariés peuvent être suivis à distance. Le travailleur en 2020 est plus volontiers indépendant, autoentrepreneur, cumule plusieurs activités, travaille en temps partagé.

Le rapport à la hiérarchie se modifie, le manager devenant un accompagnateur de développement de compétences et un coach de salariés travaillant en équipes de projets.

Les réponses du management aux nouveaux modes de consommation : Des solutions ont été mises en place pour répondre aux nouvelles attentes des consommateurs et pour les fidéliser.

	Caractéristiques
Plateformes d'intermédiation	Les plateformes d'intermédiation mettent en relation une offre et une demande dans de nombreux domaines (hébergement, covoiturage, livraison de repas à domicile...).
Économie collaborative	L'économie collaborative ou de partage repose sur une plateforme numérique qui va permettre l'échange de biens ou de services avec ou sans contrepartie monétaire.
Économie de la fonctionnalité	L'économie de la fonctionnalité remplace la notion de vente d'un bien par celle de la vente de son usage.

La révolution digitale apporte des bouleversements dans les modes de consommation qui définissent les usages et les pratiques dans les achats de produits et de services.

Mieux informés, les consommateurs peuvent acheter n'importe où et à n'importe quel moment. Ils disposent d'un choix immense qui les rend plus volatils.

Enfin, de plus en plus préoccupés par les changements climatiques, les consommateurs sont à la recherche d'une consommation responsable qui respecte l'environnement. Des nouvelles pratiques apparaissent :

- **Le mouvement Locavore :** les consommateurs cherchent à favoriser les producteurs locaux dans leurs achats
- **Le glanage,** qui consiste à récolter ou récupérer des biens abandonnés par leurs propriétaires (fruits et légumes dans les champs après la récolte, produits jetés par les magasins...).

Pour répondre aux préoccupations environnementales des consommateurs, les entreprises mettent en place des mesures pour participer au développement durable : réduction des quantités de matières premières utilisées dans la production, intégration de matériaux renouvelables, recyclage...

2. Quels sont les nouveaux modes de consommation ?

A. Les nouveaux comportements de consommation

Le numérique et les plateformes d'intermédiation ont modifié les pratiques de consommation. Elles favorisent la consommation à la demande, l'achat spontané.

Les préoccupations environnementales encouragent les organisations et les consommateurs à faire mieux

avec moins. C'est le principe de l'économie de fonctionnalité, ou économie circulaire, système privilégiant l'usage plutôt que la vente de produits.

Les échanges *via* Internet tournés vers la mutualisation et le partage ont favorisé l'économie collaborative ou économie de partage.

Pendant la crise, la pratique du glanage, consistant à refuser le gaspillage et à récupérer des objets, s'est répandue. ***Favoriser le respect de la nature*** dans ses pratiques de consommation, dire non au gaspillage alimentaire, favoriser le zéro plastique et le zéro déchet, choisir une production à échelle humaine, sont des pratiques de consommation responsable.

Refuser le transport des marchandises et favoriser l'agriculture urbaine de proximité ont donné naissance au mouvement locavore. Ne rien perdre, tout récupérer, éviter le gaspillage, vivre de manière durable ont initié le mouvement anticonsumérisme.

B. Les enjeux de la vie connectée

Nous sommes entrés dans une ère hyperconnectée. Les objets connectés, les robots sont aujourd'hui dans tous les secteurs d'activité. Les particuliers, dans leur environnement de travail et à domicile, sont également concernés par ce phénomène.

- ✓ **Le télétravail**, qui permet aux salariés de travailler de chez eux, est une solution pour concilier vie professionnelle et vie privée.
- ✓ **Le droit à la déconnexion** donne le droit aux salariés de ne plus être connectables en dehors de leurs horaires de travail. Il a pour but de lutter contre le surmenage et le *burn-out*.

Il s'agit d'une véritable révolution pour l'homme, autant dans sa relation au travail que dans ses modes de consommation, au point de devenir parfois un véritable esclavage. Gagner du temps, être joignable en permanence, sont de grands enjeux, mais avec le risque de donner une place trop importante au virtuel au détriment de la relation humaine, et de se voir exclu de la société.

Aussi, afin de protéger les individus et les salariés, le législateur a légiféré sur le droit à la déconnexion.