

# TR

## TENDANCES RH

7e édition

## TRANSFORMATION RH 2025

Naviguer entre Intelligence Artificielle, Digitalisation  
et Nouvelles Attentes des Collaborateurs.

## Keynote

Baby-boomers, Gen X,  
Millennials, Gen Z : et si  
c'était ça, l'équipe parfaite ?



# SPEAKER

Nour

# BOUAKLINE

Experte en Stratégie Digitale, Personal  
Branding



# *“Les +60 ans n’aiment pas la technologie”*

A

VRAI

B

FAUX



# *“Les millennials ne sont pas loyaux en entreprise”*

A

VRAI

B

FAUX





*“La Gen Z veut tout, tout de suite (et sans effort)”*



**VRAI**



**FAUX**



 Étude Pew Research : plus de 70% des +60 ans utilisent internet quotidiennement aux USA.

 Étude Gallup : un millennial engagé reste plus longtemps que la moyenne des autres générations.

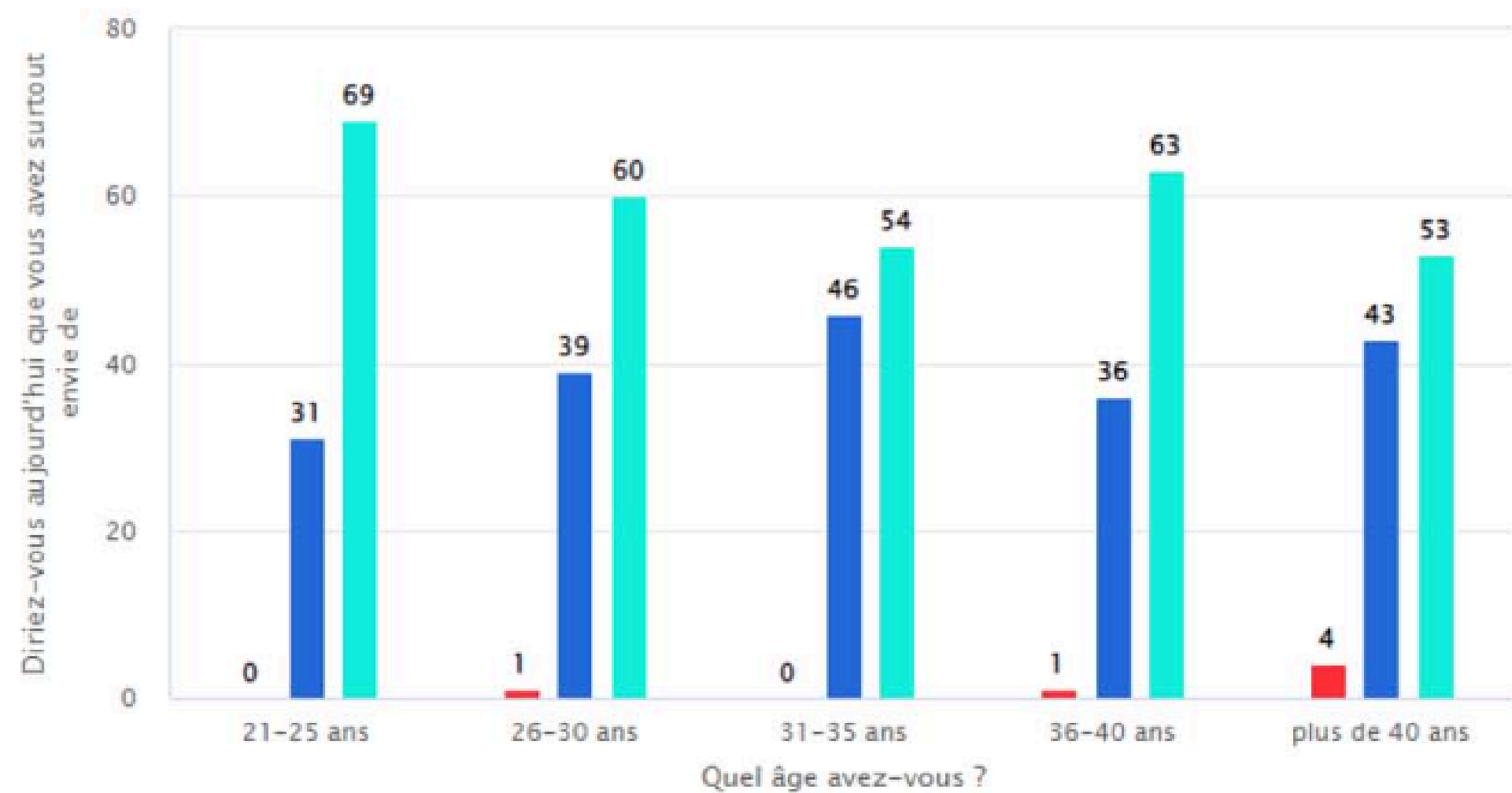
 Clé : donner du sens + des perspectives = fidélisation

 Étude Deloitte : La génération Z est plus sensible à l'impact social de leur travail que leurs aînés.

Ils veulent des retours rapides, c'est vrai. Mais ils sont aussi bosseurs et très autonomes quand ils comprennent le "pourquoi".



Diriez-vous aujourd'hui que vous avez surtout envie de



● Rester dans votre entreprise telle qu'elle est actuellement

● Rester dans votre entreprise, mais qu'elle réponde mieux à vos attentes en termes de valeurs

● Démissionner

# Au sommaire

**Les différentes  
générations**

**Qu'est-ce qui crée  
le conflit**

**Que peut le  
marketing RH pour  
nous ?**

**Quelques bonnes  
pratiques !**





# LES DIFFÉRENTES GÉNÉRATIONS



## **Contexte vécu**

Indépendance du Maroc, grands chantiers de construction du pays, importance accordée à la stabilité professionnelle...

## **Mentalité**

Respect de la hiérarchie, loyauté, culture de l'effort.

## **Relation au digital**

Ont dû s'adapter aux outils numériques. Beaucoup sont devenus des utilisateurs actifs (ex : "silver surfers")

## **Relation au management**

Acceptent plus facilement les modèles hiérarchiques classiques ; valorisent la reconnaissance officielle de l'autorité.

# **Baby-boomers au Maroc (60 et +) entre 1945 et 1965**



## **Anecdote d'entreprise**

"Une vraie réunion, c'est autour d'une table. Sinon ce n'est pas sérieux."

## **Contexte vécu**

Période d'ajustement  
économique, crise de confiance  
envers les institutions dans les  
années 80-90...

## **Mentalité**

Recherche d'autonomie,  
pragmatisme, équilibre vie  
pro/perso.

## **Relation au digital**

habitués aux mails, ERP,  
bureautique, mais parfois moins  
enclins à adopter rapidement de  
nouveaux outils collaboratifs.

## **Relation au management**

Veulent des preuves concrètes,  
préfèrent un management  
participatif mais cadré

# **Génération X au Maroc (44 à 59 ans) entre 1966 et 1980**

## **Anecdote d'entreprise**

"OK pour les belles idées,  
mais moi je veux voir des  
résultats tangibles d'abord."



### **Contexte vécu**

Grande ouverture au monde,  
démocratisation massive  
d'internet, arrivée massive des  
téléphones mobiles, crises  
économiques mondiales.

### **Mentalité**

Quête de sens, besoin d'agilité,  
attente de feedback constant

### **Relation au digital**

Digital natives : ultra-connectés,  
multi-écrans, fluides sur les  
nouveaux outils

### **Relation au management**

Attendent du feedback rapide,  
valorisent le leadership collaboratif,  
veulent comprendre la "vision"  
avant de s'engager.

## **Millennials au Maroc (28 à 43 ans) entre 1981 et 1997**

### **Anecdote d'entreprise**

"Merci pour ce retour, mais  
j'aimerais en avoir plus  
régulièrement, pas seulement  
une fois par an."

## **Contexte vécu**

Ils ont grandi directement avec internet, réseaux sociaux, smartphones. Marqués aussi par la pandémie COVID-19

## **Mentalité**

Besoin d'immédiateté, authenticité, ultra-créativité numérique

## **Relation au digital**

Natifs du digital : tout est instantané, visuel et mobile. Ils attendent que les outils soient aussi intuitifs que leurs apps personnelles.

## **Relation au management**

Rejettent les hiérarchies rigides, attendent du respect, de l'écoute et une vraie transparence

## **Anecdote d'entreprise**

"On peut faire les brainstormings sur Discord au lieu de se bloquer en salle ? Ce sera plus rapide et plus fun."



# **Génération Z au Maroc (moins de 28 ans) entre 1998 et 2010**

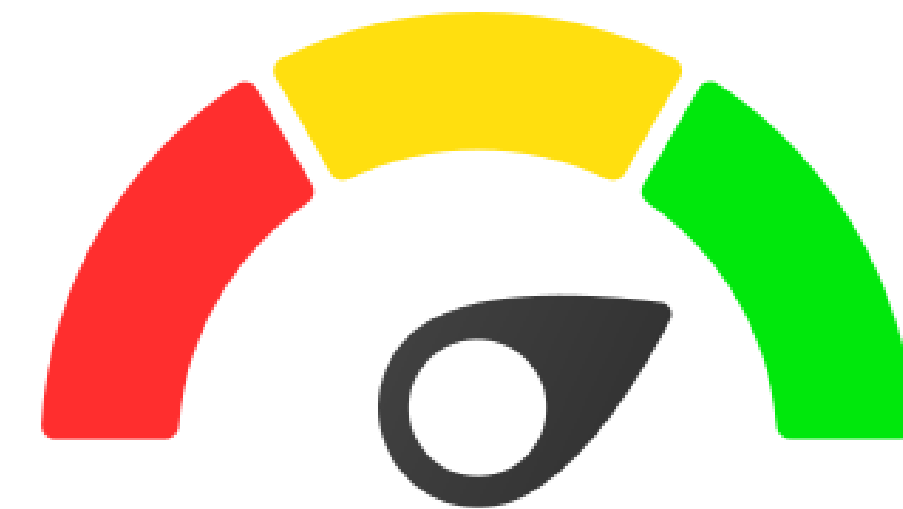


## 👴 Baby-boomers (60-78 ans)

- Stabilité
- Respect de leur rôle
- Reconnaissance formelle

## 👦 Millennials (28-43 ans)

- Travailler pour un projet qui a du sens.
- Feedback régulier
- Flexibilité



# EXPECTATIONS

## 👤 Génération X (44-59 ans)

- Équilibre vie pro/perso
- Management basé sur la preuve et l'efficacité.
- Perspectives claires

## 👦 Génération Z (moins de 28 ans)

- Rapide accès à l'information et aux décisions.
- Recherchent des managers authentiques et accessibles.
- Innovation permanente



# Pourquoi y a-t-il des conflits ?



# Leur rapport avec le travail...

- Les seniors valorisent la loyauté, la stabilité et le respect de la hiérarchie.
- Les jeunes générations cherchent du sens, de la flexibilité et de la reconnaissance rapide.

**Ex : Un jeune veut évoluer en 6 mois, son manager pense qu'il doit "faire ses preuves".**

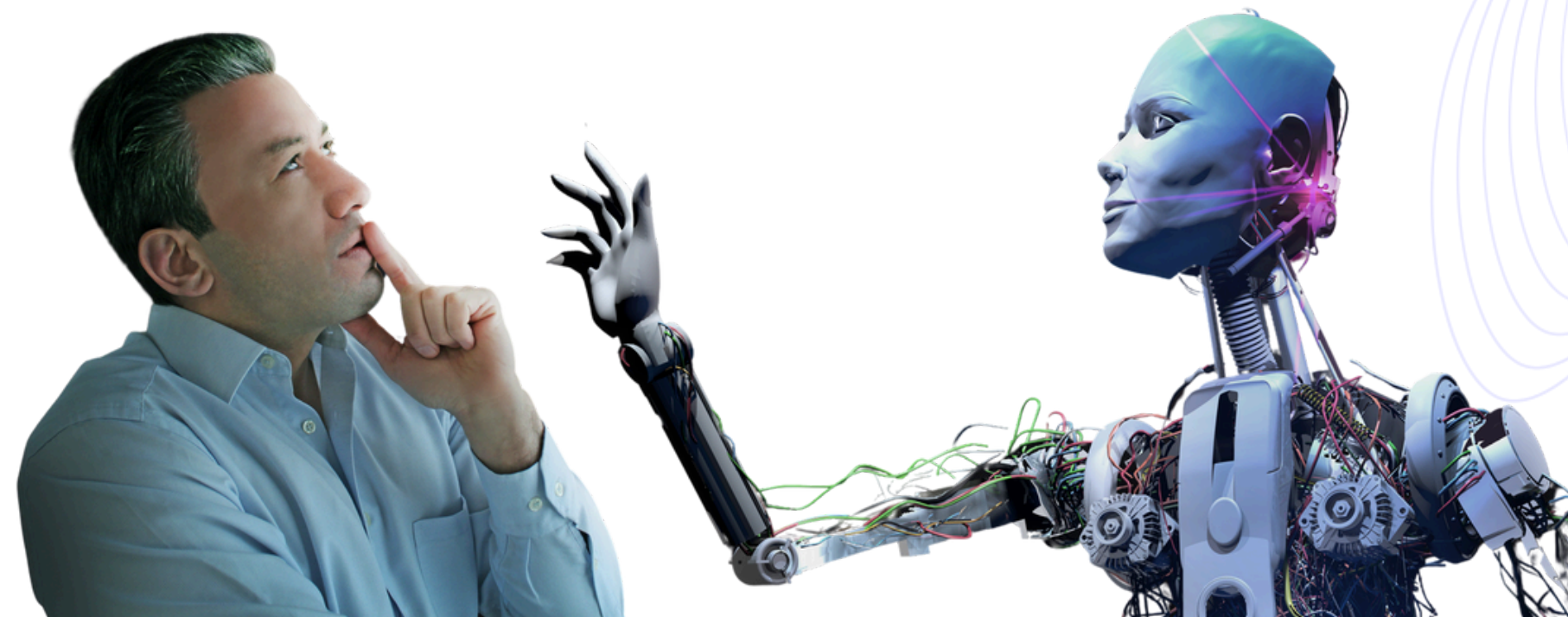


# Des outils et des manières de communiquer qui s'opposent

■ L'e-mail long et formel vs. le vocal WhatsApp ou le DM rapide.

Réunion planifiée vs. réaction instantanée sur Teams ou Slack.

☞ “Ils ne savent plus écrire un mail !” vs. “Ils ne lisent même pas nos messages...”





# Des rythmes de travail différents

**Les anciens préfèrent souvent un rythme structuré et progressif.**



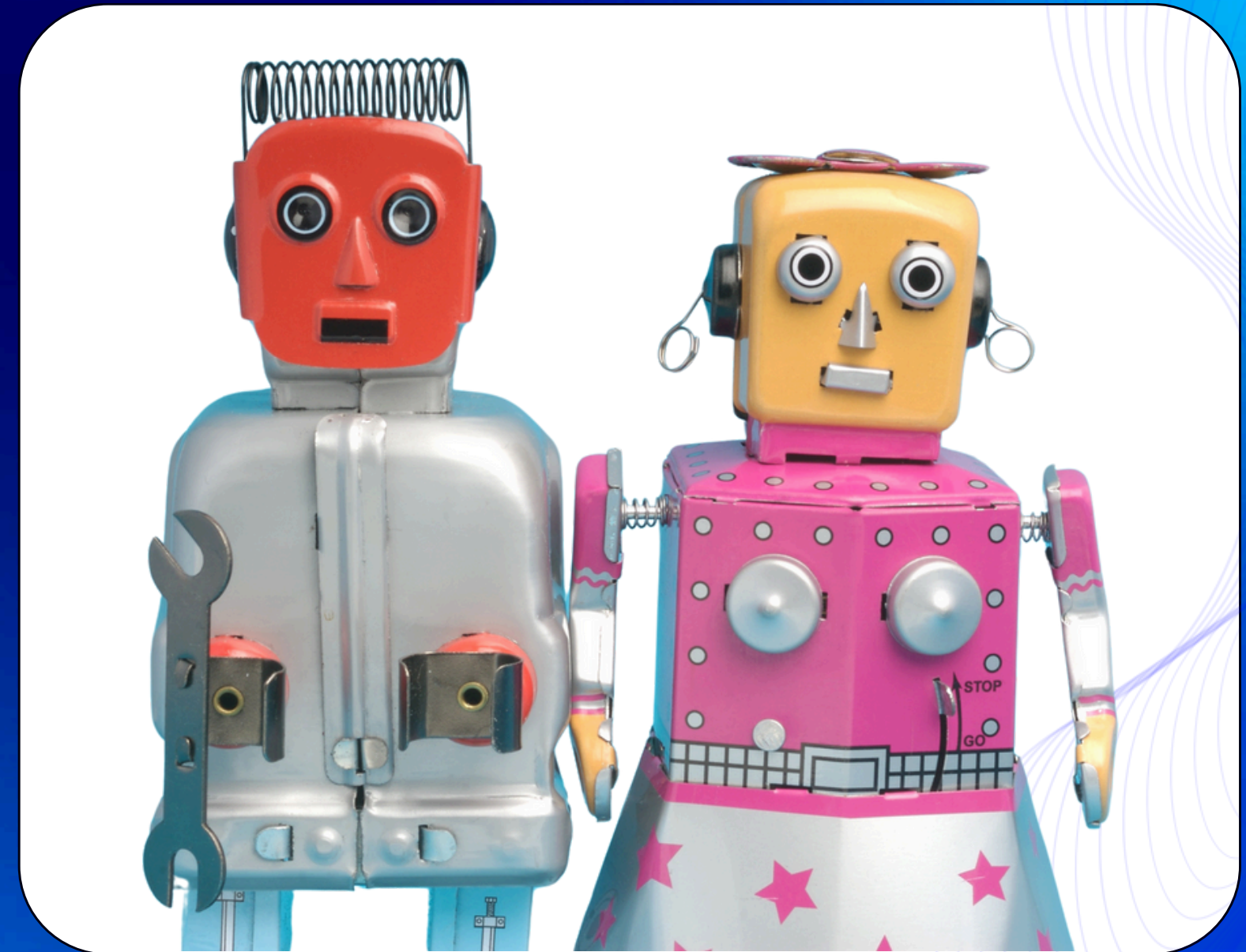
**Les plus jeunes aiment la vitesse, les résultats rapides et la multitâche.**

# Les stéréotypes...

🔄 Un manque de dialogue et de compréhension mutuelle

On ne prend pas toujours le temps de :

- poser des questions,
- expliquer ses codes,
- valoriser les complémentarités.





# Comment le marketing RH peut-il nous aider ?

*"Je ne cherche pas à ce que tout le monde pense pareil.*

*Je cherche à ce que tout le monde apporte le meilleur de lui-même."*



# Pourquoi le marketing RH ?

Comme en marketing client, on peut :

- ✓ Segmenter les profils (selon les générations)
- ✓ Identifier les attentes de chaque groupe
- ✓ Adapter l'expérience collaborateur
- ✓ Créer une relation équilibrée et personnalisée

**Satisfaire tout le monde...  
pour satisfaire l'entreprise !**



# 🧠 Pourquoi ça fonctionne ?

Les baby-boomers  
apportent la loyauté,  
la mémoire et la  
rigueur

La Gen X joue la carte  
de l'autonomie et du  
recul stratégique



Les millennials  
insufflent du sens, de  
l'agilité et de la  
collaboration

La Gen Z pousse à  
l'innovation, à  
l'authenticité et au digital

# Commencer par écouter

- Mentorat croisé (jeunes/expérimentés)
- Projets intergénérationnels : mélanger les profils dans les équipes projets.
- Reverse mentoring : un junior accompagne un senior sur les outils digitaux ou les tendances actuelles.
- Réseaux internes et communautés métiers favorisant les échanges d'expérience.





# Diagnostiquer la réalité intergénérationnelle de l'entreprise

Mesurer le niveau de  
collaboration entre  
générations



Etat des lieux des  
attentes.

Identifier les sources  
potentielles de  
tensions ou de  
malentendus.

# Mettre en place des dispositifs concrets pour créer des ponts

- 🔄 Flexibilité des formats : télétravail, formations hybrides, rythmes différents
- 🧭 Parcours RH personnalisés : onboarding, montée en compétences, mobilité interne
- 🎓 Mentorat croisé : les jeunes forment au digital, les anciens transmettent la culture
- 🗣️ Communication ciblée : formes, canaux, ton adaptés à chaque segment





# Former les managers à la gestion intergénérationnelle

- Les sensibiliser aux différences générationnelles.
- Leur donner des outils pour adapter leur style de leadership.
- Les aider à trouver le bon équilibre entre autonomie, feedback, reconnaissance et accompagnement.



# Adapter les politiques RH

Modes de reconnaissance variés (financier, symbolique, développement personnel...).

Conditions de travail hybrides : télétravail, flexibilité, qualité de vie.

Gestion des carrières flexible, tenant compte de toutes les trajectoires (reconversion, montée en compétences, mobilité...).

Formations différenciées selon les besoins et les préférences d'apprentissage.





# Favoriser la culture de l'écoute et de la coopération

- Instaurer des espaces de dialogue intergénérationnel.
- Valoriser la diversité des parcours et des âges dans la communication interne.
- Organiser des temps d'échange informels  
**(ex. : cafés RH, team-building intergénérationnels).**



# Accompagner le changement culturel

Faire évoluer la culture managériale et organisationnelle pour qu'elle :

- Soit plus agile,
- Plus inclusive,
- Plus collaborative.

💬 **La DRH devient alors chef d'orchestre du lien social et de l'intelligence collective**





# Travailler une vision commune qui transcende les générations



## ✓ Exemples :

- Storytelling interne autour d'une mission forte (durabilité, impact, excellence locale...).
- Lien entre passé (expérience), présent (actions) et futur (innovation).

# Quelques bonnes pratiques



# Créer une Charte de la diversité générationnelle

👉 Elle garantit une cohérence dans les pratiques managériales."

elle est co-construite et portée par la Direction Générale





# Les rituels intergénérationnels

- ✓ Exemples :
  - Ateliers “reverse mentoring” (les jeunes forment les plus expérimentés au digital)
  - Témoignages croisés lors de séminaires
  - Journées "échanges de poste" entre juniors/seniors.





# Valoriser les différences

Le marketing RH peut créer une "promesse employeur" qui célèbre la diversité d'âge, d'expérience et de vision du monde.

Messages inclusifs : "Chez nous, on apprend tous les jours, à tout âge."





# Encourager le feedback

- ✓ Exemples :
  - Enquêtes régulières multicanaux
  - Sondages anonymes accessibles sur mobile
  - Groupes d'expression mixant tous les âges





# Diversifier les canaux et formats de communication interne

Slack, WhatsApp ou Teams pour les plus jeunes.

Affichage physique ou intranet pour les profils plus traditionnels.

🎨 Adapter le ton et les visuels aux attentes de chacun.





# Lancer un “Learning Friday” intergénérationnel

Chaque vendredi, un collaborateur (jeune ou senior) partage un savoir ou une compétence :

👉 TikTok, gestion de conflit, Excel, storytelling, gestion du stress...

**Objectif : décroisonner les savoirs et valoriser toutes les expertises.**





# Lancer une série “Boîtes à questions générationnelles”

Une boîte (ou formulaire en ligne) pour poser une question à une autre génération :

“Pourquoi vous ne décrochez pas votre téléphone ?” /  
“Pourquoi vous êtes contre le télétravail ?”

**Réponses partagées de manière bienveillante et fun**



# Intégrer des indicateurs de diversité générationnelle dans les tableaux de bord RH :

Suivre la répartition des effectifs par génération

Mesurer la participation aux programmes internes (formation, mobilité, innovation) selon les âges.





# Organiser des sessions de "coaching inversé"



💡 Ce format valorise l'expertise du jeune, et donne l'opportunité aux plus expérimentés de laisser tomber leur fierté et d'apprendre des plus jeunes

# Lancer un “mois de la collaboration intergénérationnelle”

- Mini-conférences, partages d'expériences, jeux, concours d'équipes mixtes.
- Communication interne autour des réussites collectives.

 **Objectif : créer du lien et valoriser les synergies intergénérationnelles.**





**Merci de votre attention !**