

Publication du premier ouvrage alliant une approche sociétale et managériale de la génération Z, aux éditions DUNOD :

« Génération Z. Des Z consommateurs aux Z collaborateurs »

La génération Z, portée par la 3^{ème} révolution industrielle, impose une remise en cause du management de l'entreprise et de ses collaborateurs. La presse, les professionnels des RH et du marketing parlent depuis des années de la génération Y. Cette génération est également très connue de l'entreprise, mais qu'en est-il de la génération Z ?

Ce [nouvel ouvrage](#) écrit par deux spécialistes (Elodie Gentina et Marie-Eve Delécluse), décrypte le comportement et les particularités de cette génération porteuse d'une révolution à l'intérieur même de la société de consommation. La consommation est aujourd'hui un terrain privilégié pour que les jeunes expérimentent toutes ces sources d'aspirations contradictoires : l'importance du lien réel face à la digitalisation ; l'importance d'une nouvelle forme de fidélité plus sociale et collaborative face aux comportements de zapping...

L'ouvrage s'appuie sur une étude menée auprès de 2 300 jeunes

Toutes ces valeurs et aspirations contradictoires dans les modes de consommation impactent le rapport que la génération Z a avec l'entreprise. Cet ouvrage décrit les glissements qui s'opèrent avec l'arrivée des Z dans les différentes sphères sociétales et managériales en s'appuyant sur les résultats d'une première étude menée en 2017 auprès de 2 300 jeunes sur la génération Z et leurs perceptions de l'entreprise.

D'après celle-ci, 49,4% des jeunes interviewés sont d'accord pour dire que les niveaux hiérarchiques sont à conserver. Selon les auteurs, cette génération transforme l'autorité imposée par une autorité choisie. Elle passe par ailleurs d'une culture sociale à une culture du partage, 75,7% des jeunes interviewés sont d'accord pour dire qu'en entreprise, le collectif sera plus important que l'individuel. Enfin, avec l'arrivée des Z en entreprise, le statut de consommateur et de collaborateur se transforme en un statut de créateur avec un rapport au travail qui passe d'utilitaire à affectif.

Une publication « opérationnelle » pour les managers en entreprise

Cet ouvrage est résolument opérationnel et illustré de nombreux exemples : enquêtes auprès de plus de 3 000 jeunes, témoignages et interviews d'experts et de dirigeants d'entreprise afin de présenter en quoi les nouveaux modes de consommation propres aux Z seront des clés pour les managers de demain en entreprise. Cette publication répond à des questions importantes comme : Qui est cette génération Z ? Quel est leur rapport au travail, au management ? Quelles sont leurs attentes de l'entreprise ? Comment y répondre en tant que manager ?

Les auteurs

Elodie Gentina :

Docteur en sciences de gestion, elle est enseignant-chercheur à l'IESEG School of Management. Elodie Gentina a développé une connaissance pointue de la nouvelle génération en l'analysant sous ses multiples facettes via des approches variées (plus de 50 entretiens, phases récurrentes d'observations, plus de 10 000 questionnaires...), elle est l'auteur de l'ouvrage « Marketing et Génération Z » paru chez Dunod en 2016.

Ses travaux sur la nouvelle génération ont fait l'objet de conférences et de publications dans des revues académiques internationales, ainsi que dans la presse.

Elle dirige son propre cabinet d'étude et de recherche EG Consulting, spécialisé sur la génération Z. Elle intervient auprès d'entreprises de différents secteurs d'activité, qui ont pour objectif d'adapter leurs stratégies de management aux besoins de cette génération émergente.

Contact :

- 06 78 64 47 68
- e.gentina@ieseg.fr

Marie-Eve Delécluse

Formée au Canada et à l'université de Paris-Dauphine, elle est spécialisée en transmission des compétences et sur l'intergénérationnel au sein des organisations, et auteur de l'ouvrage « La transmission des compétences, un enjeu fondamental pour les organisations : mode d'emploi avec la démarche TFC® » Edition BoD, Paris, Août 2016.

Elle a créé le premier cabinet de conseil spécialisé en transmission des compétences (GENERATIVE CONSEIL) pour accompagner les entreprises. Elle anime des conférences et intervient en université sur ce sujet.

Contact :

- 06 13 14 45 25
- medelecluse@generativeconseil.fr
- <http://demarchetfc.com/>

Contact presse

Andrew Miller

Responsable relations presse & éditorial

a.miller@ieseg.fr

T: +33 (0)320 545 892

www.ieseg.fr

Lille campus: 3, rue de la Digue - F- 59000 LILLE

Paris campus: Socle de la Grande Arche

1 Parvis de La Défense - F-92044 Paris La Défense

cedex
