

Comprendre les différences générationnelles pour améliorer vos relations de travail et votre prestation de service

Josée Garceau

Auteure, spécialiste des générations

www.symposium-generations.com

©2022

“...keep in mind that generations are a lens through which to understand societal change, rather than a label with which to oversimplify differences between groups.”

Gardez à l'esprit que les générations sont une lentille à travers laquelle on peut comprendre le changement sociétal, plutôt qu'une étiquette qui simplifie à l'excès les différences entre les groupes.

**Michael Dimock,
President, Pew Research Center**

De qui parlons - nous?



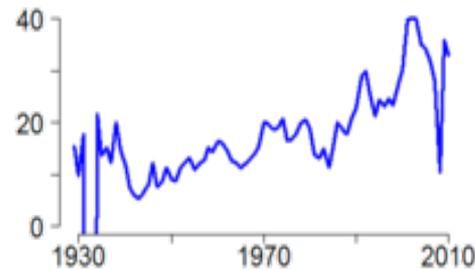
Baby-boomers: 1945-1964 (58 à 77 ans)

Génération X: 1965-1981 (41 à 57 ans)

Milléniaux (Y) : 1982- 2000 (22 à 40 ans)

Génération Phygitale (Z, C,) (21 ans et -)

Des différences, pourquoi?



Évolution des contextes sociaux

	Baby-boomers 1945-1964	Gén. X 1965-1981	Gén.Y 1982-2000	Gén. Phygitale(Z) 2001 et +
Éducation	Mère à la maison Discipline Influence de la religion	2 parents qui travaillent, Divorces, Autonomie précoce	Parents hélicoptères, surprotection, estime de soi surfaite, peu de frères et sœurs, hypers occupés	Parents qui supportent et encouragent famille plus nombreuse, plus acteurs que spectateurs
Contexte économique	Excellent, emplois, opportunités Syndicalisation Sécurité d'emploi	3 crises économiques, chômage, taux d'intérêts élevés, contrats	Variable, emplois disponibles mais érosion des conditions, Contrats	Emplois à profusions, travail autonome, entrepreneuriat Économie de partage accès plus que possession
Société	Optimisme Tout est possible	Repli sur soi, éclatement de la famille,(crises épidémie, guerres, environnement)	Optimisme relatif Je suis unique, paradoxe lucidité / vs confiance	Incertitude politique changement constant urgence environnementale pandémie

Caractéristiques

Baby-boomer	Génération X	Génération Y	Gén. Phytale (Z)
Optimistes	Sceptiques , cyniques	Hédonistes Attentes élevées	Réalistes valeurs plus traditionnelles
Compétitifs , ambitieux	Autonomes et indépendants	Des projets en équipe Se projette moins dans le futur	Égalitaires , ouverts Producteurs de contenus
Engagés socialement	Équilibre travail-famille	Occupé, centré sur le besoin immédiat Éco-anxieux (54%)	Engagés pour avoir un impact Éco-anxieux (63%)
Priorité la réussite professionnelle \$\$\$	Priorité les enfants , la famille	Priorité le plaisir , la famille/amis	Priorité le bien-être et un futur sécurisé
Planifie son futur	En retard sur les étapes de vie	Vit au moment présent Pragmatique	Prudent , tiraillé entre sécurité/entrepreneuriat
Besoin de critiquer de donner son opinion	Besoin de sécurité Spécialiste du « plan B »	Obsédé par le temps Besoin de sens Pas de regrets	Phytale, besoin de personnalisation expérimentation
Vision linéaire	Vision linéaire	Vision aléatoire	Vision appréhensive (61% souffrir des changements clim)

Le travail selon:

	Baby-boomers	Génération X	Génération Y	Génération Phygitale (Z)
Profession	Une vocation	Une activité valorisante, développement des compétences	Travaille pour vivre, L'accomplissement, source de fierté	Un engagement pour le changement , L'action
Relations de travail	Autoritaire/ statut	Hiérarchique/ compétence	Équipe/partage	Égalitaires/ dialogue
Efficacité pour:	Abattre plus de travail	Gagner du temps pour s'occuper de sa famille	Gagner du temps pour faire tout le reste	Avoir une vie équilibrée et saine
Le Système	L'utilise	Critique et supporte	Questionne et décroche	Se tourne vers l'entrepreneuriat
Technologie	Préfère l'humain	Un atout	Essentiel	Phygitale
L'information	Ce que je dois savoir, pour <u>avancer</u>	Ce que j'ai besoin de savoir pour <u>me sécuriser</u>	Ce que j'ai besoin de savoir pour <u>me motiver</u>	Ce que j'ai besoin de savoir pour <u>créer mon propre modèle</u>

Place du travail

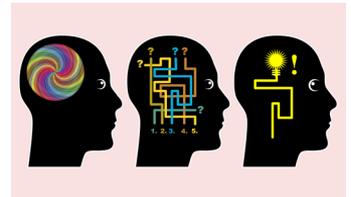
Baby-boomers priorité #1



Génération X priorité #2



Milléniaux (Y) priorité variable

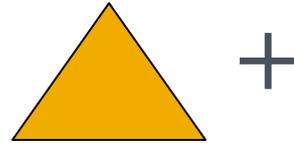


Phygitale (Z) imbriqué dans sa vie

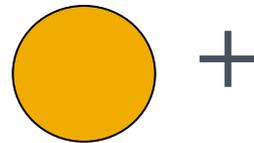


Travail d'équipe

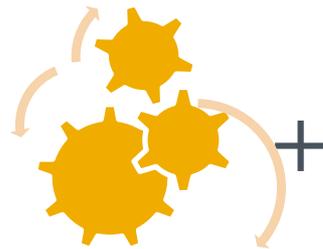
Baby-boomers



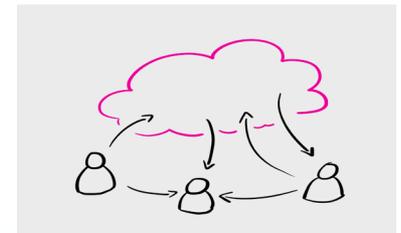
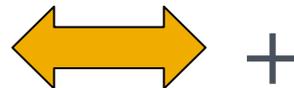
Génération X



Milléniaux (Y)



Phygitale (Z)



Relation avec l'autorité

Baby-boomers

RESPECT



Génération X



Milléniaux (Y)

POURQUOI,
POURQUOI,
POURQUOI ?



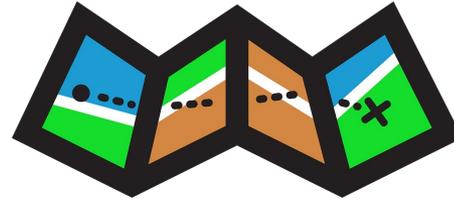
Phygitale (Z)



MENTOR

Carrière

Baby-boomers



Génération X



Milléniaux (Y)



Phygitale (Z)



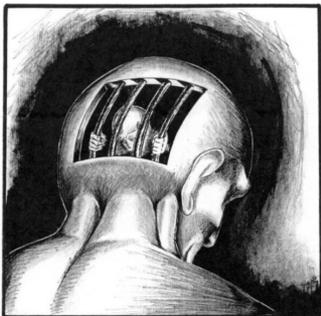
Impact des technologies sur les comportements au travail



Appareils mobiles vs la réflexion (**distraction**)



Besoin de constante validation (**évaluation**)



Toujours connecté mais seuls ensemble
(**communication**)

Impact des technologies sur les comportements au travail



Pensée magique (instantanéité)



L'espace n'est plus défini, temps non attribué (hors cadre)



L'attente est insupportable (patience)

Impact des technologies sur les comportements au travail



Interruptions normales et attendues (**attention**)



Habitués d'avoir le contrôle, passer à autre chose en un clic (**intérêt**)



« **Fear of missing out** » (**engagement**)



Le face-à-face peut être difficile (**protection**)

Zones de divergence

Utilisation des technologies (plaisir vs **communication- recherche- rapidité**)

L'engagement (rendement vs **assiduité**)

La capacité de travail (nombre d'heures vs **efficacité**)

La responsabilité (horaires fixes vs **gestion participative**)

L'évaluation (annuelle vs **progressive**)

L'importance des à côtés (bénéfices, salaire vs **valeurs- diversité- environnement- impact social- culture d'entreprise**)

Les moyens de communication (téléphone, personne vs **texto, Messenger, autre**)

Rejoindre les générations baby-boomer et X

Baby-Boomer: besoin de contact humain, en personne, téléphone, qui permet les relations sociales

Veut prendre le temps de lire et réfléchir: courriel, Infolettre

Génération X: **besoin d'efficacité**, courriel, Facebook, précis, centré sur le sujet

Rejoindre les générations Y et Phygitaes

75% préfèrent communiquer par texto plutôt qu'au téléphone

Génération Y majoritairement sur Facebook

Génération Phygitale majoritairement sur YouTube
Instagram, TikToc, Whatsapp

Ce n'est pas le message qui compte mais le canal et l'instantanéité

La relation en personne toujours importante
pour toutes les générations

Les changements qui font la différence



Favoriser les occasions d'échanges



Cohérence



Expliquer pourquoi

Merci!

