

Quelques ouvrages et articles traitant des générations publiés depuis 2011

Sélectionnés et présentés par **Richard Delaye**

DANS **QUESTION(S) DE MANAGEMENT** 2014/2 (N° 6), PAGES 158 À 160
ÉDITIONS **EMS EDITIONS**

ISSN 2262-7030

DOI 10.3917/qdm.142.0158

Article disponible en ligne à l'adresse

<https://www.cairn.info/revue-questions-de-management-2014-2-page-158.htm>



Découvrir le sommaire de ce numéro, suivre la revue par email, s'abonner...

Flashez ce QR Code pour accéder à la page de ce numéro sur Cairn.info.



Distribution électronique Cairn.info pour EMS Editions.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Quelques ouvrages et articles traitant des générations publiés depuis 2011

sélectionnés et présentés par Richard DELAYE

Repenser les inégalités entre générations, *Revue française de sociologie*, 2013/4 (Vol. 54)

À partir du milieu des années 1990, de nombreux travaux mettent en évidence les opportunités historiques rencontrées par les premières cohortes du baby-boom et soulignent par comparaison la situation dégradée à laquelle font face les générations suivantes : la thématique des inégalités entre générations occupe alors une place croissante dans la littérature sociologique. Près de deux décennies plus tard, ce numéro propose de faire le point sur l'actualité et la portée de l'analyse en termes d'inégalités intergénérationnelles. Pour « repenser » ces inégalités, trois directions ont été privilégiées. Élargir la focale temporelle, d'abord, pour actualiser les données et sortir de l'opposition entre deux générations. Explorer de nouvelles dimensions, au-delà du champ économique, ensuite, afin d'enrichir l'analyse de ces inégalités. Enfin, articuler les inégalités intergénérationnelles et les inégalités intragénérationnelles, afin de rendre compte de la complexité du processus de stratification sociale.

Formes et fondements des relations entre générations hors de la sphère familiale, *Retraite et société* 2013/1 (n° 64)

Si de nombreux travaux ont, depuis des années, mis en exergue les différentes formes de relations entre générations qui s'expriment, de façon ascendante ou descendante, au sein des cercles de familles (par exemple, Attias-Donfut, Segalen, Lapierre, 2002), plus rares sont les recherches consacrées aux pratiques de sociabilité et de solidarité entre générations en dehors de la sphère familiale.

POUGET, J. (2013)

Intégrer et manager la génération Y, Vuibert

Grâce à son approche didactique et des exemples concrets issus de bonnes pratiques

mis en place dans certaines sociétés, les managers et les responsables des ressources humaines découvriront ici la formidable opportunité de développement que peut offrir la génération Y à l'entreprise. Parce que la génération Y représentera bientôt la moitié de la population active, l'entreprise doit : Adapter son recrutement, son organisation et ses méthodes de travail à cette nouvelle donne. Trouver les clés de compréhension de cette génération et de ses attentes au travail. Proposer des approches adaptées pour attirer, intégrer et manager cette génération.

2^e édition : chiffres et exemples actualisés, nouvelles données issus de l'expérience de terrain de l'auteur.

FUSTEC, A., SAPPEY-MARINIER, D. (2011)

Manager la génération Y avec les neurosciences, Editions d'Organisation

L'intégration en entreprise de collaborateurs appartenant à la génération Y (personnes nées entre 1978 et 1994) s'avère difficile et désoriente les managers. Les jeunes professionnels sont ainsi très souvent décrits comme peu travailleurs, peu soucieux de la hiérarchie, individualistes et sans attachement à l'égard de l'entreprise, etc. Si tel est le cas, s'il s'agit d'une génération «perdue pour le travail», alors le phénomène Y constitue un défi majeur pour les entreprises qui emploieront, selon l'Insee, 40 % d'Y dans 5 ans !

VAN DEN BERGH, J., BEHRER, M. (2013),

How Cool Brands Stay Hot : Branding to Generation Y, Kogan Page

Generation Y (13-29 yearolds) are the most marketing savvy and advertisingcriticalgenerationever. Three times the size of the previousGeneration X, they have a muchbigger impact on society and business. But what drives them and how do youdevelop the right brand strategies to reachthiscriticalgeneration? This revised and updated 2nd edition of How Cool Brands Stay

Hot reveals what drives Generation Y and how you can reach them. Based on important new research, it provides insights into the consumer psychology and behaviour of 'the Millennials'. Full of statistics and case studies including Nokia, Nivea, PlayStation, Coca-Cola, Volkswagen, Smirnoff, Red Bull, H&M, and Levi's, *How Cool Brands Stay Hot* provides you with creative ideas on how to position, develop and promote your brands to the new consumer generation.

FROMM, J. & GARTON, C. (2013)

***Marketing to Millennials : Reach the Largest and Most Influential Generation of Consumers Ever*, Amacom**

The numbers cannot be ignored: eighty million Millennials wielding \$200 billion in buying power are entering their peak earning and spending years. Companies that think winning their business is a simple matter of creating a Twitter account and apply in outdated notions of "cool" to their advertising are due for a rude awakening. Marketing to Millennials is both an enlightening look at this generation of consumers and a practical plan for earning their trust and loyalty. Based on original market research, the book reveals the eight attitudes shared by most Millennials, as well as the new rules for engaging them successfully.

SANZO, KAREN L., MYRAN, STEVE, NORMORE, ANTHONY H. (2012)

***Transforming Learning Environments : Strategies to Shape the Next Generation (Advances in Educational Administration Volume 16)*, Emerald Group Publishing Limited**

This book will feature lessons learned about the successful implementation of leadership program preparation and development programs

that are grant-funded by the United States Department of Education through the School Leadership Program. Each chapter will highlight one or more practices that have been identified as a best practice by the literature and detail how the program implemented the practice(s). It is clear from the literature what should be done to prepare aspiring and current leaders (i.e. mentoring, in-depth internships, partnerships) but what is not clear is how to do this. This book will do exactly that with real-life experiences in the implementation of these practices (including successes, challenges, etc.). These will be authentic examples from the field about how practitioners have addressed challenges in implemented successful activities such as coaching, the internship, evaluating projects, and forging partnerships with preparation entities.

GOMEZ-PEREZ, M. ET LEBLANC M.-N. (2012)

***L'Afrique des générations*, KARTHALA Editions**

En raison, notamment, de leur poids démographique et de leur volonté de revendiquer un statut de citoyens actifs, les jeunes sont apparus de façon spectaculaire dans l'espace public africain depuis les années 1990. Bien qu'ils soient un élément essentiel à la compréhension des dynamiques sociales face à l'érosion des engagements de l'État et aux transformations de la famille, il apparaît incontournable d'étudier les jeunes en relation avec les autres groupes d'âge. C'est ainsi que l'analyse des dynamiques intergénérationnelles en Afrique prend toute son importance afin de rendre compte des changements qui ont cours depuis la moitié du XX^e siècle. Ce livre s'inscrit donc dans une tendance récente de la recherche qui montre un regain d'intérêt pour l'étude des générations et de l'intergénérationnel en Afrique.

D'autres articles ou études

CHAUVEL, L. (2002)

Le destin des générations. Structure sociale et cohortes en France au XX^e siècle. (2^e éd.). Paris: Presses Universitaires de France.

HOWE, N., & STRAUSS, W. (2000)

Millennials rising: The next great generation. Vintage.

JOSHI, A., DENCKER, J. C., FRANZ, G., & MARTOCCHIO, J. J. (2010)

Unpacking generational identities in organizations. *The Academy of Management Review*, 35(3), 392–414.

KESSLER, D., & MASSON, A. (1985)

Petit guide pour décomposer l'évolution d'un phénomène en termes d'effet d'âge, de cohorte et de moment. Kessler, D. et Masson, A. (Eds.) *Cycle de vie et générations*. Paris: Economica.

LYONS, S., & KURON, L. (2014)

Generational differences in the workplace: A review of the evidence and directions for future research. *Journal of Organizational Behavior*, 35(1), 139-157.

PARRY, E., & URWIN, P. (2011)

Generational differences in work values: A review of theory and evidence. *International Journal of Management Reviews* 13(1), 79–96.

PETIT, M.-P., & ARSENAULT-PELLETIER, F. (2010)

Enquête sur la Génération Y. HEC Montréal. Schadron, G. (2006). De la naissance d'un stéréotype à son internalisation. *Cahiers de l'Urmis*, Discrimination : perspectives de la psychologie sociale et de la sociologie, (10-11). Consulté à l'adresse <http://urmis.revues.org/index220.html>

TWENGE, J. M. (2010)

A review of the empirical evidence on generational differences in work attitudes. *Journal of Business & Psychology*, 25(2), 201-210.