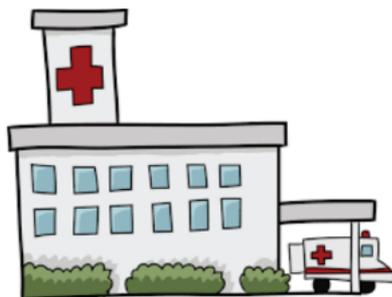


COMMENT S'ADRESSER À LA "GÉNÉRATION Z" DANS LES SERVICES OU DANS MON EOH ?



ÉCOLE DE RÉFÉRENCE
CONSEILLER DE CONFIANCE



Journée

Hygiène & Prévention
du risque infectieux
en Etablissement de santé

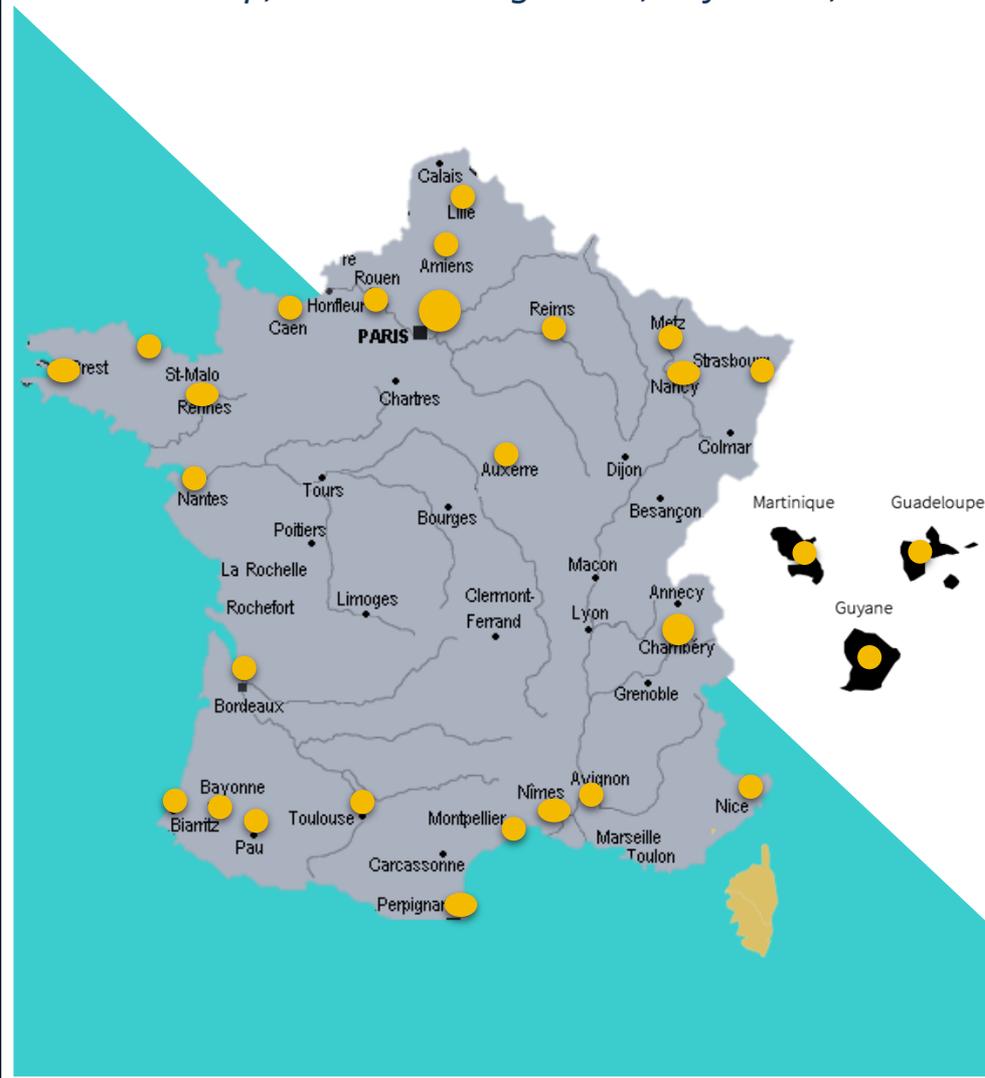
20 mars 2024 Novotel - BRON

20 MARS 2024

Jean-Luc STANISLAS (Expert-Consultant formateur)

CONFERENCIER, ANIMATEUR DE SEMINAIRES, AUTEUR

Leadership, Neuro-Management, Soft-Skills, RPS



Management



Changement



Humain



*Diplômé de
l'Université
Paris-Dauphine*

*Consultant
Leadership-Santé,
Conférencier, Auteur,
Expert à la Haute Autorité de Santé,*

Fondateur de

[ManagerSante.com®](https://managersante.com)

contact@managersante.com



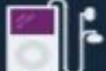
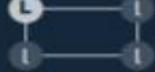
A large, light yellow rectangular box with a thin black border, containing the text 'Génération Z ?'. To the left of the box is a vertical yellow line.

Génération Z ?

Repérage des différentes générations (Baby Boomer, Générations X, Y, Z)





CATEGORY	BUILDERS	BABY BOOMERS	GENERATION X	GENERATION Y	GENERATION Z	GEN ALPHA
Slang terms	 <p>We prefer proper English if you please</p> <p>Born: < 1946 Age: 74+</p>	 <p>Be cool Peace Groovy Way out</p> <p>Born: 1946-1964 Age: 55-73</p>	 <p>Dude Ace Rad As if Wicked</p> <p>Born: 1965-1979 Age: 40-54</p>	 <p>Bling Funky Doh Foshizz Whassup?</p> <p>Born: 1980-1994 Age: 25-39</p>	 <p>🔥 Fam GOAT Slay Yass queen</p> <p>Born: 1995-2009 Age: 10-24</p>	 <p>lit yeet hundo oof m idrc</p> <p>Born: 2010-2024 Age: under 10</p>
Social markers	World War II 1939-1945	Moon landing 1969	Stock market crash 1987	September 11 2001	GFC 2008	Trump / Brexit 2016
Iconic cars	 Model T Ford Final, 1927	 Ford Mustang 1964	 Holden Commodore 1978	 Toyota Prius 1997	 Tesla Model S 2012	 Autonomous vehicles 2020s
Iconic toys	 Roller skates	 Frisbee	 Rubik's cube	 BMX bike	 Folding scooter	 Fidget spinner
Music devices	 Record player LP, 1948	 Audio cassette 1962	 Walkman 1979	 iPod 2001	 Spotify 2008	 Smart speakers Now
Leadership style L - Leader l - New leaders	 Controlling	 Directing	 Coordinating	 Guiding	 Empowering	 Inspiring
Ideal leader	Commander	Thinker	Doer	Supporter	Collaborator	Co-creator
Learning style	Formal	Structured	Participative	Interactive	Multi-modal	Virtual
Influence/advice	Officials	Experts	Practitioners	Peers	Forums	Chatbots
Marketing	Print (traditional)	Broadcast (mass)	Direct (targeted)	Online (linked)	Digital (social)	In situ (real-time)



T +61 2 8824 3422
E info@mccrindle.com.au
W mccrindle.com.au


mccrindleresearch


mccrindlersch


mccrindle


mccrindleresearch


mccrindleresearch


blog.mccrindle.com.au

Quelques repères



REPERES	GENERATION Y	GENERATION Z
HISTORIQUES	Tchernobyl et le SIDA La chute du mur de Berlin L'écroulement des idéologies	La généralisation des TIC
ECONOMIQUES	La croissance en panne et le chômage qui se développe	Une économie financiarisée
JURIDIQUES	L'enfant est un sujet de droit	Des individus autonomes dans un réseau de lois
SOCIAUX	Les dynamiques horizontales se développent	La relation se substitue à l'autorité Primauté de l'individuel sur le collectif
STRUCTURE DES ORGANISATIONS	Un management coordinateur	Un management modérateur
FONCTIONNEMENT	Une direction qui assure une maintenance sociale et organisationnelle Une hiérarchie qui régule Des experts qui décident Des employés compétents qui interagissent	Une direction garante du sens et de l'éthique Une hiérarchie garante du lien social Des experts et des employés compétents qui collaborent dans des réseaux internes et externes à géométrie et à composition variable

Source : LAMBERT J. « Management intergénérationnel », Editions Lamarre, Paris, 2009

A thin, vertical yellow line is positioned to the left of the main title text.

Le rapport au travail en rupture de la génération Z

Frise historique des différentes générations



Dates	Faits marquants	Conséquences	Caractéristiques culturelles
1995-2008	Progression du PIB (+2 % annuel)	Effondrement du mythe des « classes moyennes »	Culture de l'incertitude. Valeurs fortes : -Incertitude -interaction/connexion -Intuition et émotion -Présentisme au monde -Immédiateté -Choix et authenticité -Identités personnelles testées, choisies et mouvantes
	Evolution du chômage de plus en plus préoccupant	Précarisation des parcours de vie	
2000-2008	Loi sur la RTT Augmentation de l'utilisation des congés parentaux (congé paternité)	Déplacement du rapport au travail (déséquilibre entre la vie privée/vie professionnelle)	
2002	Taux de chômage des jeunes après leurs études : 40 % (entre 12 mois et 4 ans post études)	Une entrée de plus en plus tardive et de plus en plus difficile sur le marché de l'emploi	
2006	Taux de divorce : 45 %	Situation familiales de plus en plus précaires	
1995-2008	AZF (Toulouse) Grippe aviaire Réchauffement climatique	Catastrophes et risques écologiques de plus en plus fréquents	
	Transmissions de valeurs culturelles verticales très disparates	Foisonnement des valeurs individuelles et références collectives relatives	
	Développement d'une culture horizontale « entre pairs »	Passage du citoyen à l'individu et aux identités personnelles testées et choisies (et non plus prescrites)	
	Prolifération des « nouvelles églises »	Les références religieuses gagnent du terrain	
	Recherche d'une identité singulière pour exister	L'apparence individuelle (image, look, attitudes.....) devient de plus en plus importante	
	Intégration des nouvelles technologies	Présentisme et immédiateté	

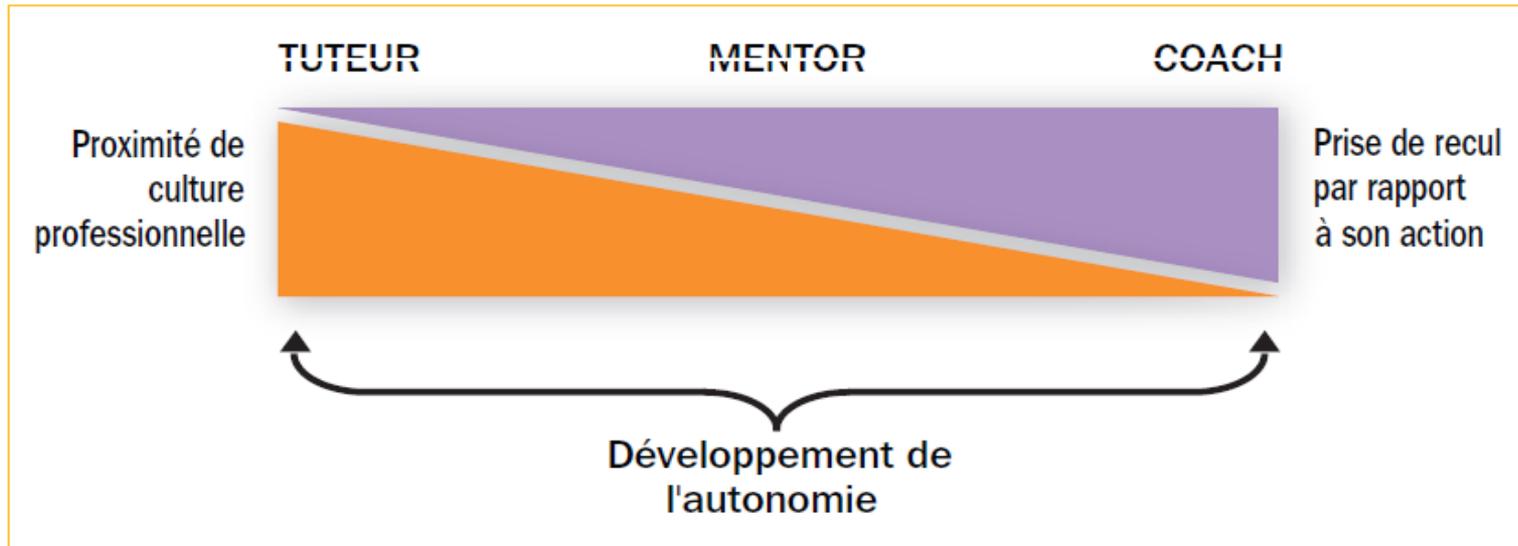


Source : LAMBERT J. « Management intergénérationnel », Editions Lamarre, Paris , 2009

1996 La génération Z ???

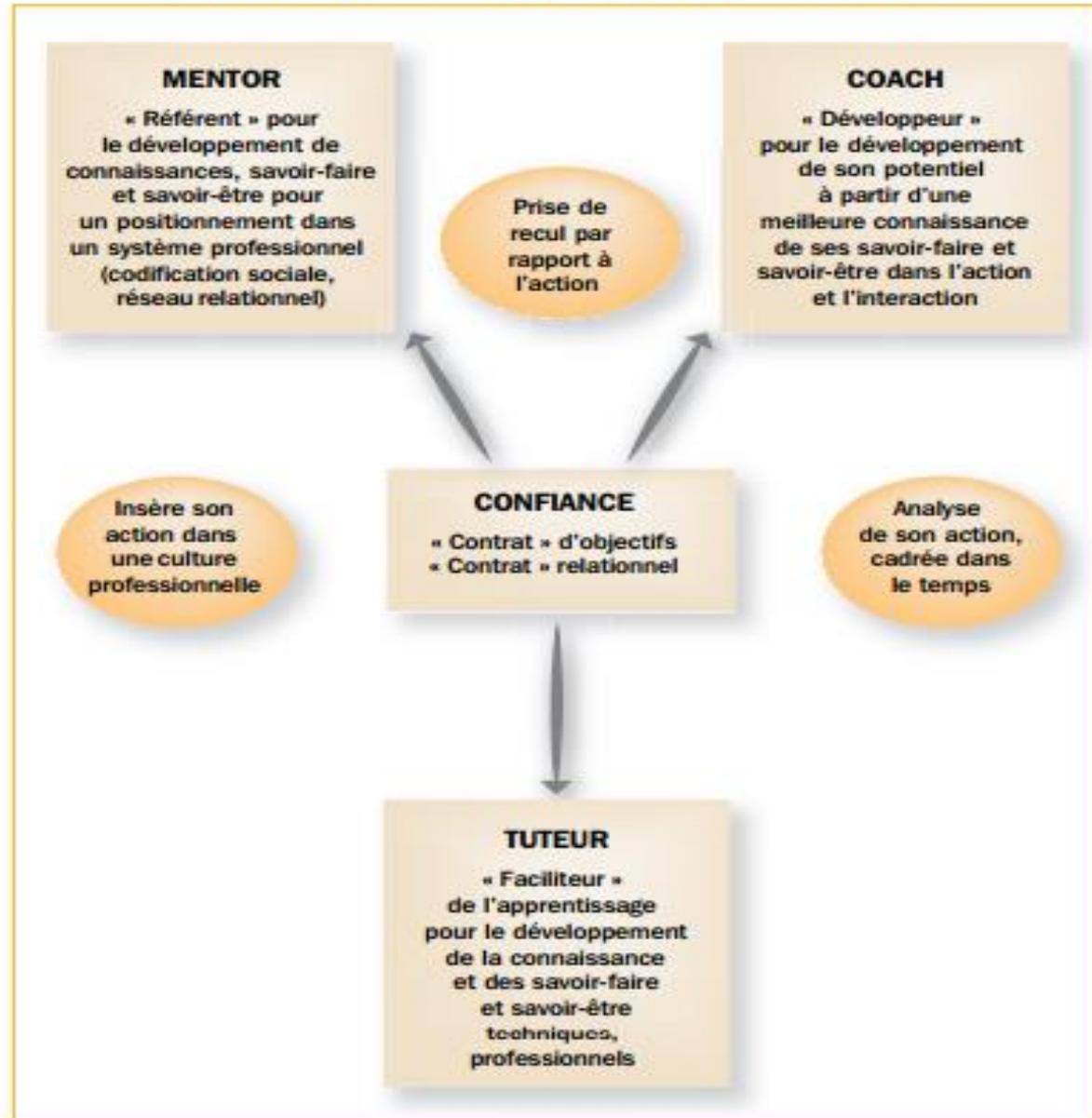
A vertical yellow line is positioned to the left of the text.

De nouveaux modes d'accompagnement des collaborateurs



3 Source : ministère de l'Écologie, du Développement durable, des Transports et du Logement.

MENTORAT⁴ – TUTORAT – COACHING : Trois outils d'accompagnement aux finalités distinctes ⁵



DGAFP



MINISTÈRE DE LA FONCTION PUBLIQUE

3

Quelle posture managériale
adopter ?

Comprendre la Génération Z



Génération	X	Y	Z	Alpha
Naissance	< 1980	<1990	<2000	>2010
Priorité	SECURITE	VIE PRO/PERSO	VIVRE DES EXPERIENCES	CREATIVITE
Sécurité au W	Q.T	Q.V.T	Q.V.C.T	Q.V.G
Rapport au W	ACQUIS	PLAISIR	PERTINENCE	VALORISATION
Besoin	COMPETENCES	CONFORT	EFFICACITE	INNOVATIONS
Effort	CHANGEMENT	CONTRAT MORAL	CRITIQUES	PROJETS
« Verbatim »	« Je sais »	« Je veux »	« Je dis »	« Je propose »
Intelligences	SAVOIR FAIRE	INTELLIGENCE EMOTIONNELLE	INTELLIGENCES COLLECTIVES	INTELLIGENCES MULTIPLES
Management	SITUATIONNEL	BIENVEILLANT	AGILE	INSPIRANT
Posture	Expert	Communication	Organisation	Stratégie
Pédagogie	Règles	Tutorat	Mentorat	Coaching
Communication	D.E.S.C	A.M.R	V.R.P.	?

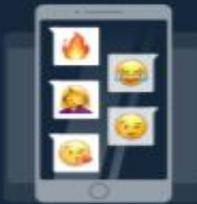
EFFECTIVE ENGAGEMENT

X	Verbal Sit & listen Teacher Job security Authoritarian Curriculum centred Closed book exams Books & paper Doer	Z	Visual Try & see Facilitator Flexibility Participative Learner centric Open book world Glass & devices Co-creator
----------	--	----------	---

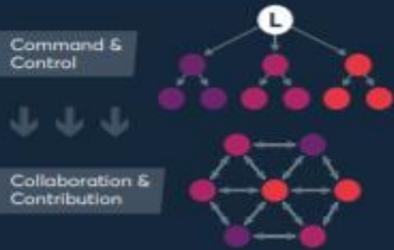
UNI DEGREES



TOP EMOJIS



LEADERSHIP CHANGE



MOBILITY



CHANGING GENERATIONS



2,800,000 Gen Alphas born globally each week

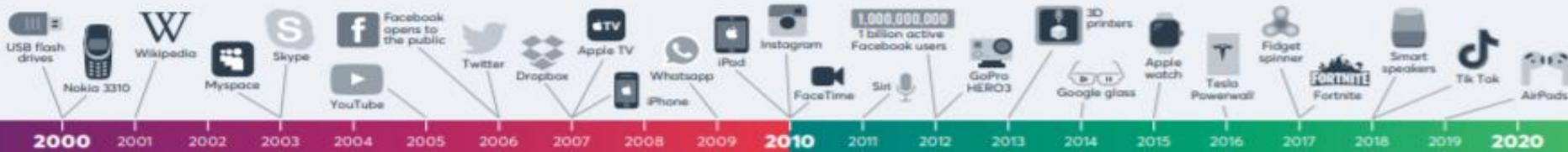
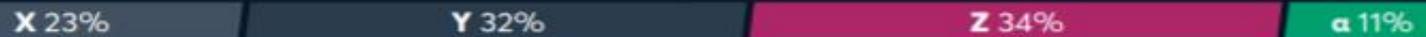
CHARACTERISTICS

- Global
- Digital
- Social
- Mobile
- Visual

TOP BABY NAMES

Oliver	1	Charlotte
Jack	2	Olivia
William	3	Ava
Noah	4	Amelia
Henry	5	Mia

WORKFORCE OF 2030



MEME OF THE YEAR

- Badger video, Charlie the unicorn, Chuck Norris facts, Potter puppet pals, Charlie bit my finger, David after dentist, JK wedding dance, Photo-bombing, Planking, Gangnam Style, The Fox, Icebucket Challenge, Blue & black/white & gold, Bottle flip, The dab, Floss dance, 10 year challenge

WORD OF THE YEAR

- Blog, Texting, Emo, Podcast, Peeps, Bailout, Unfriend, App, Cloud, Hashtag, Selfie, YOLO, Post-truth, Fake news, Toxic, Yeet

NEW JOBS

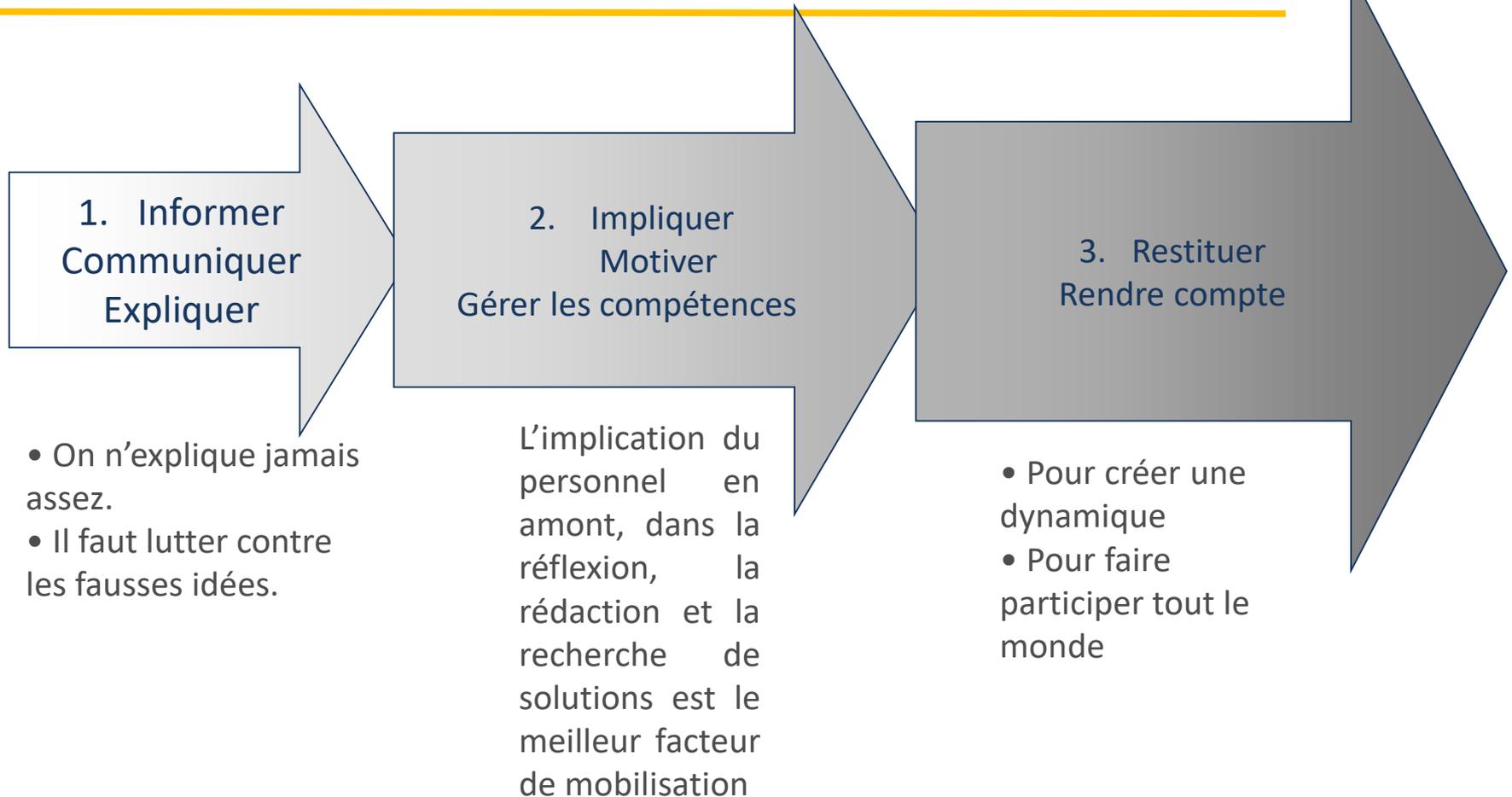
- Sustainability officers, Digital records manager, Data visualisation designer, Blogger, Big data analyst, App developer, Social media marketer, Autonomous vehicle technician, Medical nanotechnologist, UX manager, Cyber security professional, Blockchain developer, Robotics technician, UAV operator, Workplace concierge, Virtual reality engineer, Wellbeing manager, Professional organiser

Nouvelles formes de leadership pour la Génération Z



PRATIQUES GAGNANTES	PRATIQUES CONTRE-PRODUCTIVES
S'approprier les orientations du service et en être le porte parole	Redescendre de manière impersonnelle l'information comme une norme qui s'impose à tous
Incarner une vision positive et motivante de l'avenir	Dramatiser le devenir et être dubitatif sur les choix institutionnels
Communiquer de l'enthousiasme pour donner envie d'agir	Se limiter à la rationalité des indicateurs qualité, financiers, logistiques et des procédures
Considérer chaque professionnel comme une force de proposition	Cantonner l'équipe dans un rôle de production
Définir les défis ambitieux mais réalistes tenant compte du profil de l'équipe	Considérer que les objectifs constituent un état de fait et qu'il s'appliquent à tous de la même manière
Privilégier le « pour quoi » des réussites à venir de manière à mettre en évidence les chances à saisir	Analyser dans le détail les motifs des mauvaises performances et rechercher la culpabilisation des intéressés
Clarifier les règles du jeu	Piloter à vue
Laisser des marges de négociation pour prendre en compte les idées et les suggestions des professionnels	Imposer sa manière de faire en ayant pour but de démontrer la qualité de ses idées et des ses méthodes
Partager l'information et jouer la carte de la transparence	Garder pour soi l'information de manière à conserver un temps d'avance
Définir des objectifs précis, mais associés dans la détermination des moyens	Donner des directives qui ne laissent pas de place aux initiatives
Privilégier l'équité plutôt que l'égalité	Définir le même niveau d'exigence vis-à-vis de chaque professionnel
Favoriser la remontée d'information par la mise en place d'échanges informels	Garder de la distance et limiter sa communication à ce qui est nécessaire au fonctionnement
Encourager les efforts et valoriser les performances par un suivi personnalisé	Considérer les bonnes performances comme une chose normale
Être agréable et stimulant dans sa manière de se comporter avec l'équipe	Mettre la pression ou transférer son propre stress sur les autres
Respecter les personnes et faire des différences un enrichissement	Modeler chaque collaborateur à son image
Montrer qu'on a besoin des autres et que la réussite est une affaire collective	Prouver sans cesse aux autres sa supériorité sur le plan technique

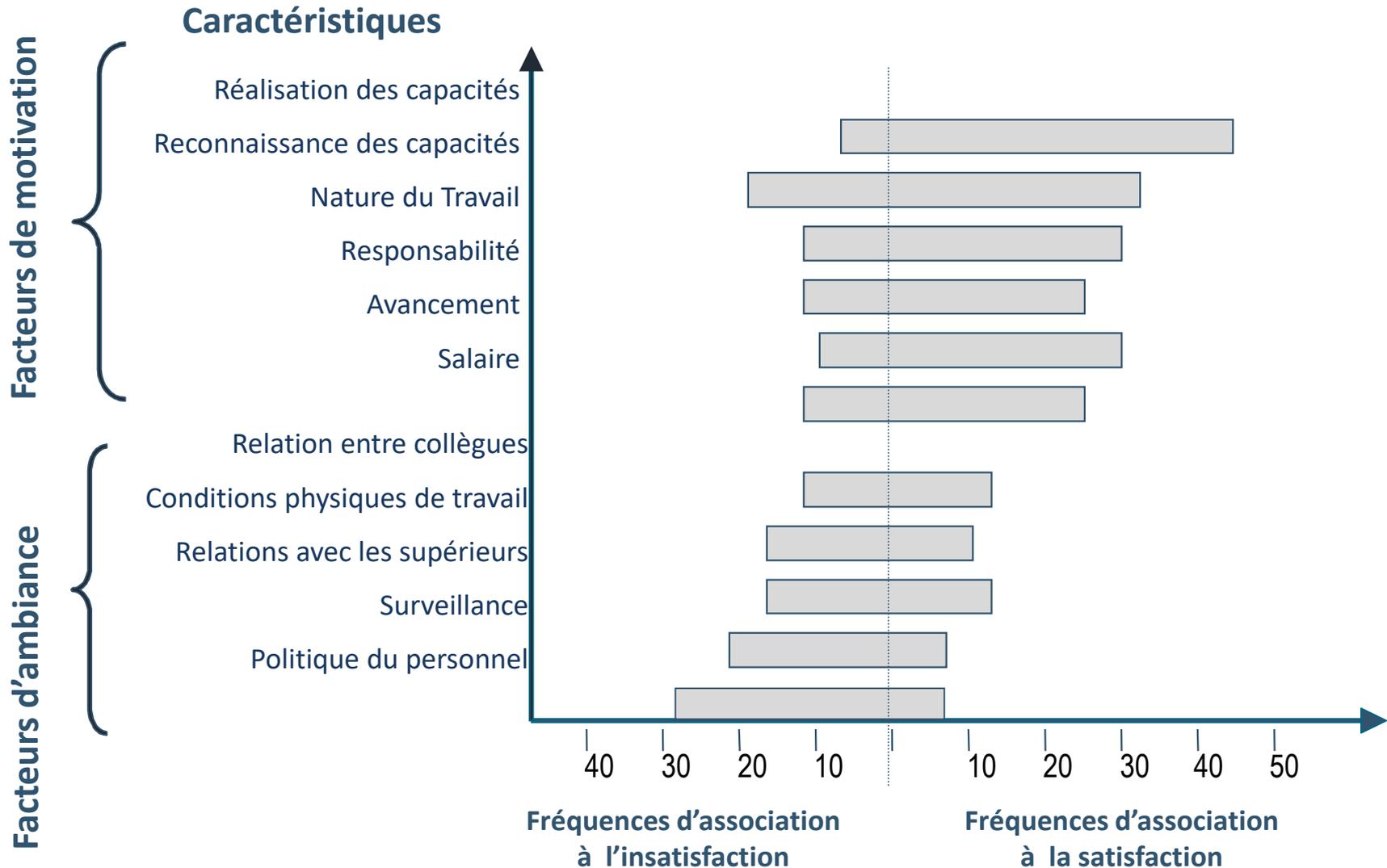
Un mode de management plus agile pertinent pour cette génération



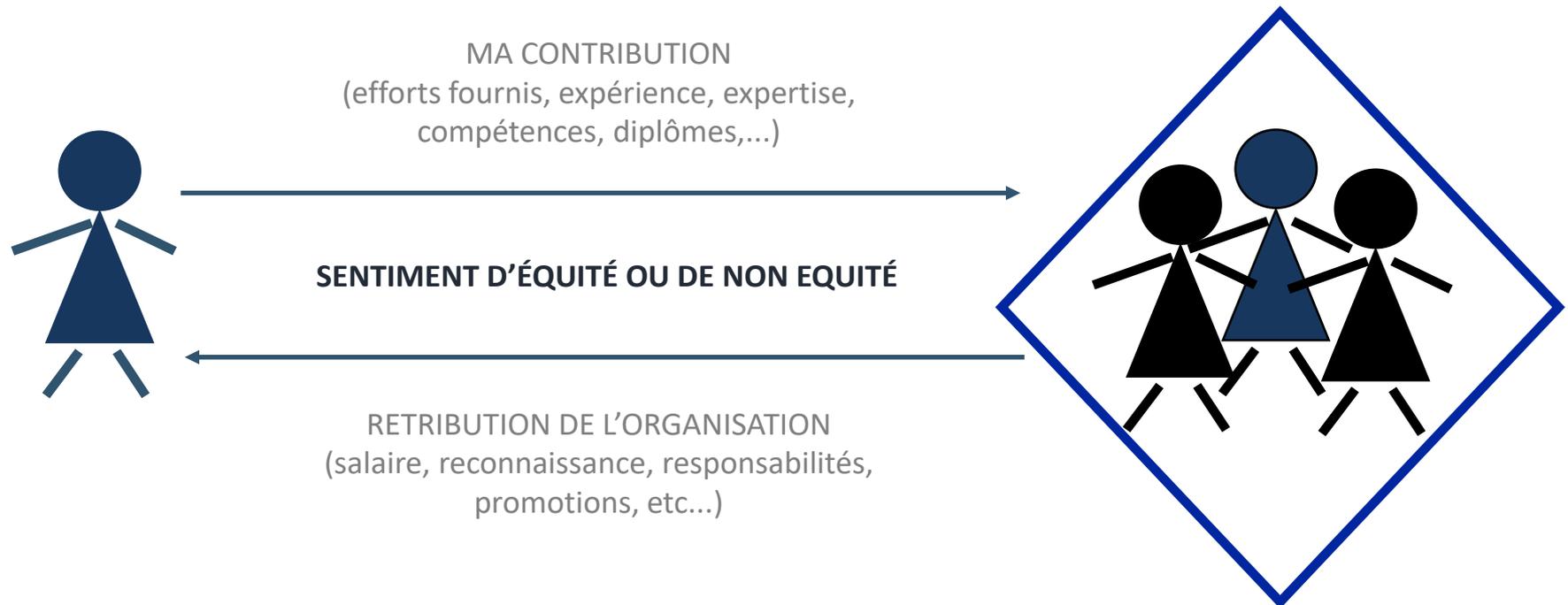
Une prise en compte de la QVCT



(d'après Fred Herzberg)



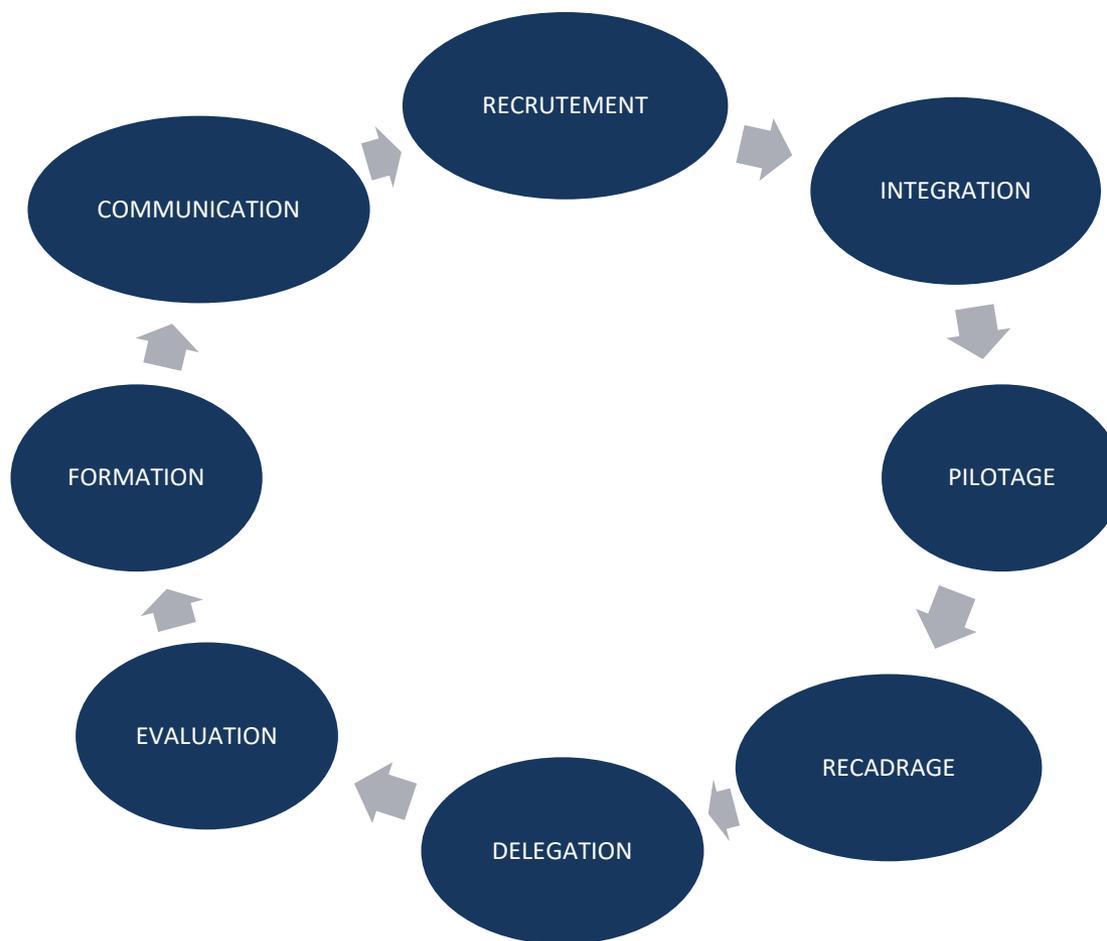
Comparaison entre ce que le salarié estime apporter à l'entreprise et ce qu'il reçoit



A thin, vertical yellow line is positioned to the left of the text.

Un management plus
collaboratif avec l'intelligence
collective

Mieux collaborer avec cette génération



Stratégies managériales pour mieux collaborer avec la génération Z



INTEGRER	PILOTER	RECADRER	DELEGUER	EVALUER	FORMER	COMMUNIQUER
<ul style="list-style-type: none"> • Anticiper les aspects logistiques • Rendre disponible le Cadre • Créer la relation • Définir les règles du jeu • Préciser les zones de négociation et les zones de conflits potentiels • Préparer l'équipe • Définir un tuteur • Prévoir des rencontres fréquentes, informelles • Laisser la place à sa créativité • Faire réaliser un rapport d'étonnement 	<ul style="list-style-type: none"> • Définir des objectifs en lien avec leurs valeurs ou leurs projet • Associer les Y à leur propre progression • Développer l'autoévaluation • Laisser une marge de manœuvre sur les moyens • Adopter une posture de service 	<ul style="list-style-type: none"> • Clarifier la notion de règle • Lier les règles à des valeurs • Utiliser la métaphore • Valoriser les progrès liés au recadrage, et exprimer la satisfaction 	<ul style="list-style-type: none"> • Etre vigilant sur la surévaluation des capacités • Vérifier que le professionnel a conscience des moyens disponibles • Multiplier les mini-délégations • Etre disponible aux moments clés • Complimenter sincèrement • Laisser une marge de créativité 	<ul style="list-style-type: none"> • Sur du quantitatif et du qualitatif • Sur le court terme • Co-construire avec des critères clés de réussite • Favoriser l'auto-évaluation • Évaluer le comportement régulièrement • L'amener à réfléchir à son fonctionnement en équipe et rester disponible 	<ul style="list-style-type: none"> • Développer un rôle de « coach » • Rendre l'apprentissage ludique • Développer la polychronie dans l'apprentissage • Intégrer la formation dans le processus d'activité et l'organisation du travail • Développer la mobilité inter unité pour favoriser la capitalisation des expériences 	<ul style="list-style-type: none"> • Développer la réactivité et la clarté de l'information • Manager la relation sans tomber dans l'affect • Permettre l'interactivité dans les échanges • Accepter d'apprendre des plus jeunes • Développer et valoriser les temps forts • Pratiquer le briefing • Utiliser le pouvoir de l'image • Développer la cohésion de groupe

Source : OLLIVIER D & TANGUY C. « Génération Y », Editions De Boeck, Paris , 2011

A thin, vertical yellow line is positioned to the left of the text.

Une communication
bienveillante et inspirante

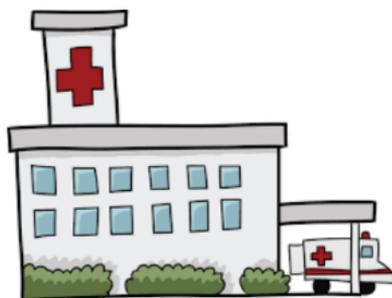
En conclusion, quelle posture adopter pour cette génération Z ?



MERCI DE VOTRE ATTENTION 😊



ÉCOLE DE RÉFÉRENCE
CONSEILLER DE CONFIANCE



Journée

Hygiène & Prévention
du risque infectieux
en Etablissement de santé

20 mars 2024 Novotel - BRON

20 MARS 2024

Jean-Luc STANISLAS (Expert-Consultant formateur)