Sommaire

Introduction 5

Définition et caractéristiques des générations en entreprise 9

Une lecture sociologique des nouvelles générations 11

Le management intergénérationnel : un enjeu essentiel pour les entreprises 21

Le profil culturel de la nouvelle génération 25

Analyse et approche terrain : deux expériences 41

Propositions managériales pour un management intergénérationnel efficace 47

Conclusion 61

Bibliographie 63