



## MANAGEMENT Le Bloch-notes

# La percée de la génération C

**CHRONIQUE** > Certains dirigeants d'entreprise ignorent encore les réseaux sociaux. Alors même que la « génération C », comme « connectée », devient à la fois un public et une clientèle incontournables.

PAR PHILIPPE BLOCH (1)

« La baisse continue de nos cotisations, et donc de nos ressources financières, nous oblige à améliorer la qualité perçue de nos prestations pour recruter de nouveaux adhérents », explique ce président d'un syndicat professionnel aux membres de son conseil d'administration réunis en séminaire. « Vous avez raison, mais ce qu'il nous faut surtout réussir, c'est faire venir à nous des entrepreneurs plus jeunes, si nous voulons assurer la pérennité de notre organisation », lui rétorque l'un d'eux. Et tous de se mettre au travail en ateliers pour rechercher des solutions aux défis du moment. Retour en salle. Présentation des pistes envisagées, dont aucune ne fait appel aux nouvelles technologies, et moins encore aux réseaux sociaux. Invité à animer cette réunion, je m'étonne que personne ne cite spontanément des outils tels que Facebook, Viadeo ou LinkedIn, pourtant utilisés au quotidien par la cible qu'ils veulent toucher. Embarras de plusieurs participants, dont les cheveux blancs attestent qu'ils sont tout, sauf des digital natives. « Ben, c'est que, en général, nous conseillons à nos adhérents de se méfier de Facebook, on n'y maîtrise rien, et cela peut être dangereux. » Les bras m'en tombent, et je mesure le fossé technologique qui sépare désormais les générations de dirigeants. La quantité d'informations invérifiables ou erronées va certes exploser dans les années à venir, mais est-ce une raison pour se priver d'un outil qui rassemble plus de 500 millions d'utilisateurs dans le monde, et quelque 20 millions en France ? Comment peut-on ignorer la montée en puissance de ce qu'il est convenu d'appeler la « génération C » ? C comme « connectée ». Partout, tout le temps,

pour tout faire, avec tout le monde. Mais aussi « communicante », « cliquante », « contenu-centrique », « communautaire », « cloud-addicted ». Travailler, se distraire, se cultiver, acheter, comparer, échanger, évaluer, voyager, savoir où sont et ce que font ses amis, etc. Tout est possible de son salon ou au bout du monde, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, à partir d'un simple smartphone ou d'une tablette connectée que l'on garde avec soi en permanence. En 2020, cette génération née après 1990 représentera 40 % de la population des Etats-Unis, d'Europe et des Bric. Elle sera

surtout la communauté de clients la plus influente au monde. La première à n'avoir connu d'autre réalité qu'internet, les outils mobiles et les réseaux sociaux, transformant profondément notre façon de vivre et de travailler, mélangeant comme jamais vies personnelle et professionnelle, échangeant fréquemment la proximité physique pour la proximité digitale. Le travail à distance et les communautés virtuelles remplaceront peu à peu les organisations hiérarchiques traditionnelles opérant sous le même toit, multipliant les initiatives entrepreneuriales à travers le monde et dans les pays émergents, dont les jeunes générations passent directement à l'ère digitale, accessible à tous. Le commerce physique sera contraint de se réinventer, à mesure que s'effacera la frontière entre on line et off line, et que les avis d'utilisateurs ou d'« amis » rivaliseront avec les conseils des vendeurs. La 3D et la réalité augmentée impacteront nos déplacements professionnels, autant qu'elles modifieront la nature de nos voyages personnels. Tout va désormais changer très vite, et le temps est compté pour répondre simultanément à ces défis. Comprendre les enjeux, analyser ses forces et ses faiblesses et surtout réduire la fracture digitale entre les différentes générations de l'entreprise sont donc autant de priorités. C'est dire s'il reste du travail pour certains dirigeants... ●



« La communauté de clients la plus influente au monde »

Philippe Bloch



(1) Fondateur de Columbus Café et auteur de *Service compris 2.0*, [www.servicecompris2-0.com](http://www.servicecompris2-0.com) et [www.philippebloch.com](http://www.philippebloch.com)

PHOTO DA-MAINE