

LES MILLENNIALS : UN VECTEUR DE MUTATIONS SOCIÉTALES POUR LES ENTREPRISES



Les millenials (génération née dans les années 1980 et le début des années 1990) apportent une nouvelle façon de faire des affaires pour les entreprises. Leurs attitudes et leurs attentes ont été influencées par un contexte socio-économique difficile et une **transformation numérique** perturbatrice, avec un impact profond pour les générations à venir. Les millenials commencent tout juste à entrer sur le marché du travail ou entament leur période de pic de consommation. Ainsi, certaines sociétés traditionnelles ont entrepris des changements organisationnels et stratégiques pour s'adapter à leurs attentes.

Avec l'émergence notamment des entreprises dites « à mission », les sociétés qui offrent des approches novatrices en matière de **capital humain**, de produits et de services adaptatifs et de stratégies de marketing numérique appropriées seront les mieux placées pour attirer et retenir cette génération.

Défis pour l'emploi

La génération du baby-boom atteint l'âge de la retraite et se retire de la population active. Certains secteurs sont plus exposés que d'autres à une pénurie de main d'œuvre (banque, assurance, pétrole et gaz) ou dépendent d'un afflux constant de nouveaux talents (pharma). L'attraction et la rétention des nouveaux talents dans la génération des millenials reste donc un enjeu clé.

L'image de marque : nouveau credo pour les entreprises

Les entreprises qui reconnaissent l'importance de recruter des clients qui constitueront leur principale base de consommateurs seront les plus à même d'adapter leur offre avec des biens et services innovants. Rendre les marques indispensables à une génération grandissante constitue une source de pérennité pour les entreprises.

Des influenceurs malgré eux

Les millenials sont perçus comme des influenceurs. Ils ont un impact sur l'offre de biens et services des différentes industries, mais influencent aussi les habitudes de consommation de leurs parents. Dans un monde enclin aux changements technologiques rapides, les consommateurs plus âgés se tournent de plus en plus vers les jeunes générations pour obtenir des conseils sur les produits et services. Si le secteur des technologies paraît évident, le transport, le commerce de détail, l'alimentation et l'automobile bénéficieront des préférences de consommation des millenials.



Avertissement

Ce document est destiné à des clients professionnels.

Il ne peut être utilisé dans un but autre que celui pour lequel il a été conçu et ne peut pas être reproduit, diffusé ou communiqué à des tiers en tout ou partie sans l'autorisation préalable et écrite de Mandarine Gestion. Aucune information contenue dans ce document ne saurait être interprétée comme possédant une quelconque valeur contractuelle. Ce document est produit à titre purement indicatif. Il constitue une présentation conçue et réalisée par Mandarine Gestion à partir de sources qu'elle estime fiables. Mandarine Gestion se réserve la possibilité de modifier les informations présentées dans ce document à tout moment et sans préavis et notamment, en ce qui concerne la description des processus de gestion qui ne constitue en aucun cas un engagement de la part de Mandarine Gestion. Mandarine Gestion ne saurait être tenue responsable de toute décision prise ou non sur la base d'une information contenue dans ce document, ni de l'utilisation qui pourrait en être faite par un tiers.

Les OPCVM cités dans ce document sont autorisés à la commercialisation en France et éventuellement dans d'autres pays où la loi l'autorise.

Les performances, classements, prix, notations et statistiques passés ne sont pas un indicateur fiable des performances, classements, prix, notations et statistiques futurs. Les performances ne sont pas constantes dans le temps et ne font l'objet d'aucune garantie. Les risques et les frais relatifs à l'investissement dans les OPCVM sont décrits dans les prospectus de ces derniers. Les prospectus et les documents périodiques sont disponibles sur simple demande auprès de Mandarine Gestion et consultables sur le site www.mandarine-gestion.com. Le prospectus doit être remis au souscripteur préalablement à la souscription et il convient de vérifier si l'investisseur est légalement autorisé à souscrire dans un OPCVM

Les principaux risques de ces OPCVM sont les suivants : risque actions, risque de perte de capital, risque de gestion discrétionnaire, risque de change, risque de taux et risque de crédit. Les descriptifs et les détails de ces risques figurent dans le prospectus complet de l'OPCVM concerné.