

— Note de —

PROSPECTIVE

LA GEN Z



La Génération Z concerne les individus nés entre 1997 et 2010. Elle suit les Millenials, la génération Y et précède la génération Alpha. Le but de cette prospective n'est pas de se faire l'écho des articles de sociologie ou de marketing qui essaient de trouver des déterminants nouveaux face à chaque incompréhension des employeurs ou des marques face à leur public. Il s'agit ici simplement d'observer ce que les caractéristiques généralement prêtées à cette génération nous disent de l'évolution des sociétés occidentales.



ENCORE DES GÉNÉRATIONS !

Ce regard sur les évolutions sociales par génération est né de la génération Y. Elle mettait fin au règne sans partage de la Génération X directement issue des 30 Glorieuses. Pour ces « Boomers »¹ et « Post-Boomers » le sens de la vie était guidé par la réussite sociale, l'augmentation du niveau de vie, l'accumulation de biens de consommation, bref, la liberté et l'émancipation des privations engendrés par la Seconde Guerre Mondiale et la crise pétrolière de 1973. La Génération Y mettait un premier coup d'arrêt à ce système de valeur en s'interrogeant sur le sens des choses, de la vie, de la richesse, du travail. On parlait alors de Génération « Why »². La Gen Z enfonce encore le clou.



UN NOUVEAU RAPPORT À L'ARGENT

Vous pensez que vous savez ce qu'est une crise parce que vous êtes né à la fin des années 60 ou dans les années 70 ? La Gen Z a subi : les crises de l'énergie, les crises financières, les crises sanitaires.

Elle court donc beaucoup moins après la reconnaissance sociale. Elle se fait de « l'argent de poche ». Dans sa vie, les sources de revenus, comme les métiers seront multiples. Elle le sait et organise sa vie et ses valeurs en fonction de ça. Elle a ainsi appris la débrouille. C'est une génération qui va privilégier le DIY (Do It by Yourself - Fais-le toi-même), le chinage, les vêtements et objets d'occasion, et ce, tant pour des raisons écologiques qu'à des fins d'économie.

¹ Surnom péjoratif donné aux enfants du Baby Boom

² Le Y anglais se prononce Why ce qui veut également dire « Pourquoi »



UN RAPPORT NOUVEAU AUX MARQUES

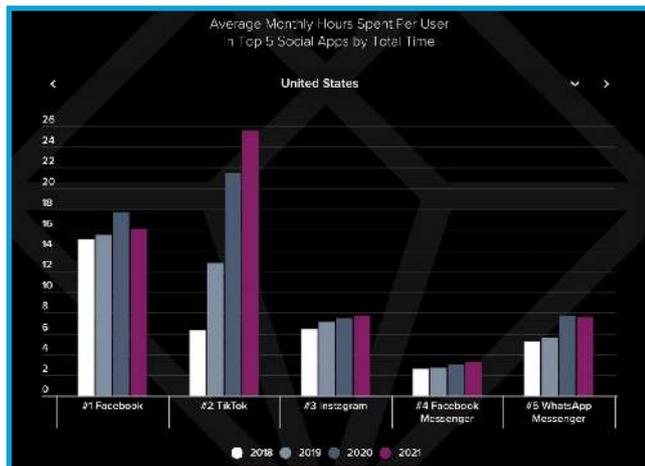
Il faut d'abord comprendre que cette génération est celle qui suscite le plus de perplexité et de questionnement pour les marques. La Génération Y contestait les anciens rapports à l'autorité mais, finalement, ça ne concernait que le management. Celle-ci, en revanche se caractérise notamment par un rapport complètement différent aux marques.

C'est la première génération qui a toujours connu le monde avec internet et les médias sociaux. Elle est donc surinformée sur les marques. Elle ne se contente pas de la communication qu'elles fabrique mais va rechercher les informations moins officielles voire cachées quand il s'agit de savoir avec quelles marques elle accepte de dialoguer. Leur posture vis à vis d'elle est également différente. La Gen Z ne veut plus de marques « héroïques » comme à la fin du 20ième siècle. Ce n'est plus à elle d'être fidèle aux marques mais bien à celle-ci de l'être. Elle attend qu'une marque l'accompagne, qu'elle soit à leur coté dans l'exploration de leur identité, de leur vie, qu'elle soit une sorte de coach bienveillant et sans hiérarchie. Et, en la matière, elle est très consciente de ce qui est authentique ou pas.

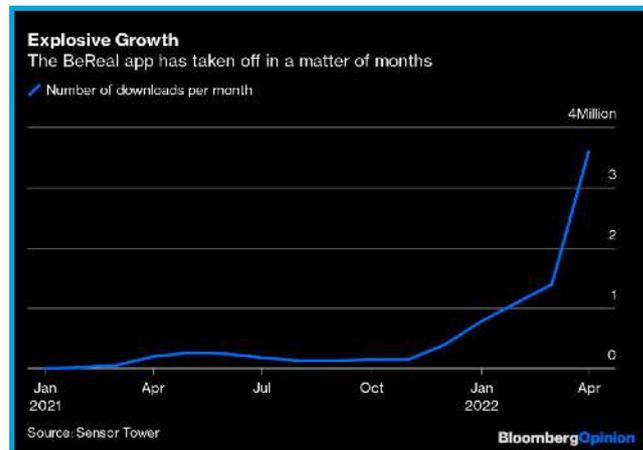


UN RAPPORT NOUVEAU À L'AUTHENTICITÉ

Il est curieux de constater que ces digital natives soit en recherche d'authenticité alors même que l'utilisation des filtres Instagram explosent et que chacun semble se raconter sur TikTok.



En France, TikTok est l'application la plus utilisée chaque mois.
© App Annie

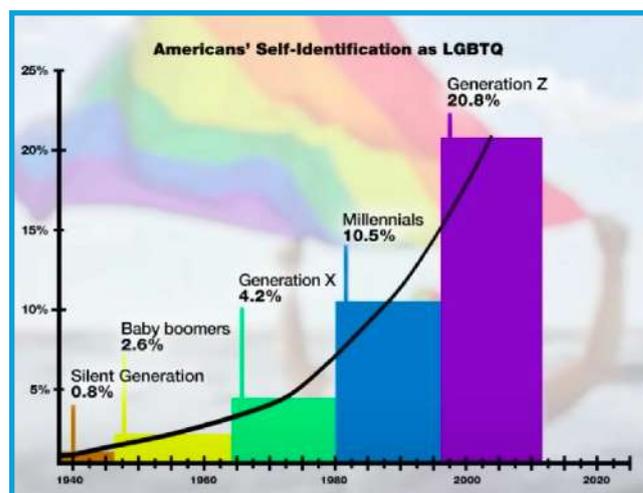


L'application BeReal a explosé en 2022
© BloombergOpinion

Néanmoins, des applications comme BeReal qui propose à ses membres de se photographier à heure fixe, eux et ce qu'ils regardent (l'utilisation des deux objectifs des smartphones est sollicitée), le fait que des groupes de jeunes gens se regroupent autour de « BeReal Moments » est le signe d'une nouvelle tendance. La GenZ veut être connectée à ses « friends » mais autour de la vraie vie. De ce qu'elle procure comme diversité et comme authenticité. Ils cherchent moins à mettre en scène leur vie comme le font encore leurs aînés de la Génération Y.

UN RAPPORT NOUVEAU AU GENRE

La grande différence entre cette génération et les précédentes est la manière dont elle se genre. Remarquez ici la formulation active. Peut-être que vous pensez que vous « avez » un genre. La GenZ le fabrique et ne souhaite plus être enfermée dans ce qu'elle pense être des cases déterministes et étiquetées d'homme ou de femme. Billie Eilish, Olivia Rodrigo et surtout Lil Nas X sont ses nouvelles icônes. Des artistes qui ne se définissent plus comme homme ou femme mais en quelque chose de plus grand. Ils sont non-binaires.



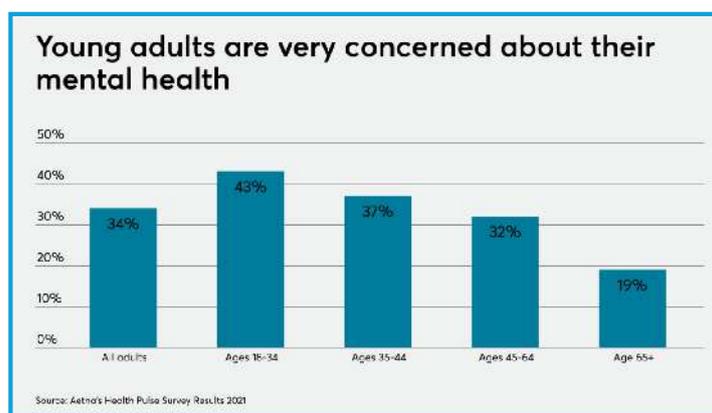
L'augmentation flagrante de la Gen Z américaine en tant que LGBTQ
source : digitalnative.substack.com



UN NOUVEAU RAPPORT AU MONDE

Ils sont stressés. Toutes les générations précédentes ont eu leur lot d'enjeux. Certains ont pu être stressés par le fait de réussir sa carrière, d'être un battant, de trouver son premier emploi, d'être reconnu par sa communauté sur les médias sociaux. Les Gen Z sont anxieux de façon plus globale.

Les principales causes de cette affiliation sont : les pandémies, et celle de la Covid en particulier, les dettes que les étudiants américains sont obligés de contracter pour poursuivre leurs études et qui dépassent, de loin, le niveau d'endettement des étudiants français, la violence des armes et surtout... Le climat.



Les jeunes adultes sont très concernés par leur santé mentale.

La Gen Z est très consciente des transformations que va engendrer le changement climatique sur leur mode de vie, et ne voient pas de réponse apportée par nos gouvernants.



Les sites web dédiés à la recherche de thérapeute sont de + e + nombreux

La Gen Z est la première génération Climate Change Native. Ils sont très conscients des transformations que va engendrer le changement climatique sur leur mode de vie et ne voient pas de réponse apportée par nos gouvernants. Aucune politique crédible de diminution des émissions de gaz à effet de serres (GES) ni même de dispositifs pour les protéger des impacts de ces changements climatiques ne sont visibles.

Et ils sont lucides sur leur santé mentale. Bien plus que leurs aînés. Faire appel à un thérapeute est, d'ailleurs, de moins en moins stigmatisé, comme l'attestent la floraison de sites web dédiés à la recherche du meilleur professionnel près de chez vous.



UN NOUVEAU RAPPORT À LA « PRIVACY »

Il est difficile de trouver un mot français pour désigner la recherche d'anonymat qui caractérise la Gen Z. La génération Y et les Millénials misaient sur le Personal Branding. Chacun cherchait à se raconter comme une marque. La GenZ veut être à la fois présente et invisible. Les outils qu'elle utilise sont des messageries instantanées cryptées et qui ne laissent pas voir leur visage : Discord, Reddit ou Signal sont leurs terrains d'échanges. Les attentes sont aussi très grandes vis à vis du Web 3.0. Un métavers dans lequel leur présence pourrait être manifestée uniquement par un avatar est leur vœu le plus cher. Comme, ils se sentent moins générés, la création de cette



nouvelle représentation d'eux-mêmes est LA voie par laquelle ils aiment bâtir une identité choisie. Et ils n'attendent pas que Mark Zuckerberg ait fini le développement de sa nouvelle plateforme. Si vous pensez qu'être un youtubeur est être moderne, la GenZ vous expliquera qu'ils préfèrent être des VTuber, des Virtual YouTuber. Et ils se produisent plus désormais sur Twitch que sur la plateforme appartenant à Google. Un des VTuber les plus populaires sur Twitch est ainsi Miko, personnage complètement virtuel créé pour un budget de 30 000 dollars.

UN NOUVEAU RAPPORT À L'ENTREPRENEURIAT

” **And I just quit my job
I'm gonna find new drive
Damn, they work me so damn hard
Work by nine
Then off past five
And they work my nerves
That's why I cannot sleep at night
I'm lookin' for motivation
I'm lookin' for a new foundation, yeah
And I'm on that new vibration
I'm buildin' my own foundation, yeah**

Ce sont les paroles de « Break My Soul », le premier titre du nouvel album de Beyoncé. La Gen Z ne veut tellement plus les horaires de bureau qu'elle crée son activité ou son entreprise. Il ne s'agit pas, comme pour ses pairs, de gagner de l'argent, de s'élever dans l'échelle sociale ou de promouvoir une innovation mais bien d'être libre de son temps. Le nombre de travailleurs indépendants ne cesse de croître aux Etats-Unis. La tendance est tellement lourde que de nouvelles offres apparaissent pour accélérer la capacité à produire de ceux qui veulent se lancer.

Pietra, par exemple, vous aide à créer votre offre, vous met à disposition des chaînes de production pour vos produits en fonction des créations que vous avez déjà réalisées.



POUR CONCLURE

Le modèle du travail tel qu'il est proposé depuis Sir Winslow Taylor ne peut plus convenir à cette génération. Une grande partie de la Grande Démission et, plus récemment du Quiet Quitting (démissions perlées) vient de l'inspiration et des aspirations de cette génération. Il est donc urgent de ne plus prendre ces comportements comme des cas isolés mais bien de réfléchir avec audace à la manière dont nous devons renouveler le travail en entreprise. Les modèles restent à inventer mais nous ne ferons pas l'économie de cette transformation pour continuer à embaucher et surtout à garder ces jeunes plein de promesses et de talents.

D'autant que ce sont, sans doute, eux les meilleurs guides pour la transformation de nos entreprises vers des modèles plus sobres et plus régénératifs du vivant.