

Statista Consumer Insights Global:

La Génération Z en Suisse

2024

AD
MEIRA

Statista Consumer Insights Global

Aperçu:

Ce rapport analyse la génération Z (Gen Z), c'est-à-dire les consommateurs nés entre 1995 et 2012. Le rapport offre un aperçu complet de la Gen Z en Suisse : qui ils sont ; ce qu'ils aiment ; ce qu'ils pensent ; et comment les atteindre. Il offre un aperçu de leur démographie, de leur style de vie, de leurs opinions et de leurs points de contact marketing. En outre, le rapport permet un benchmarking de la Gen Z / Génération Z en Suisse ("groupe cible") par rapport à l'onlineer suisse moyen, désigné dans les diagrammes comme "tous les répondants". Le rapport est mis à jour tous les trimestres et se base sur les données de l'enquête Statista Consumer Insights Global Survey.

Consumer Insights Global Méthodologie

Conception:

Sondage en ligne, conception de questionnaire divisé

Durée:

environ 15 minutes

Langue:

Langue(s) officielle(s) avec anglais américain comme alternative

Région:

56 pays

Nombre de personnes interrogées:

12'000 pour les pays avec l'enquête étendue.

2'000 pour le sondage de base

Échantillon:

Internauts âgés de 18 à 64 ans. Quotas par sexe et par âge

Période:

Janvier à décembre. Les pays qui reçoivent l'enquête étendue sont mis à jour quatre fois par an

Source: Statista Consumer Insights Global, Janvier 2024

Statista Consumer Insights Global sur la Gen Z: key insights

Profil démographique

20% de toutes les personnes interrogées **font partie de la génération Z.**

51% des Gen Z sont des **femmes**

De nombreux représentants de la Gen Z ont un **annuel revenu du ménage faible.**

La **génération Z** est plus susceptible de **vivre dans des petites villes et des communautés rurales** que le consommateur moyen.

Consumer Lifestyle

Le succès et l'avancement professionnel sont relativement importants.

La carrière et l'éducation sont des centres d'intérêt relativement prédominants de la Gen Z.

Les jeux vidéo marquent davantage **les loisirs** de cette génération que la moyenne de la population.

La Gen Z **s'intéresse** nettement **plus au football** que la moyenne.

Consumer Attitudes

Seuls 29% déclarent avoir été **influencés par des célébrités** ou des **influenceurs** en tant que testimonials lors **de l'achat de produits.**

45% font partie du type de consommateurs **«adopteurs d'innovation».**

Pour la génération Z, **la santé et la sécurité sociale** sont des thèmes plutôt **insignifiants.**

La Gen Z est **politiquement** plutôt **à gauche.**

Marketing Touchpoints

La consommation de **musique numérique est plus importante** que pour la moyenne des consommateurs.

Une proportion relativement élevée de la Gen Z n'utilise les **médias sociaux** que **de manière passive.**

La Gen Z présente toujours **un Recall élevé** en matière de publicité télévisée.

Les personnes de la Gen Z **se souviennent plus souvent des publicités sur les médias sociaux** que la moyenne.

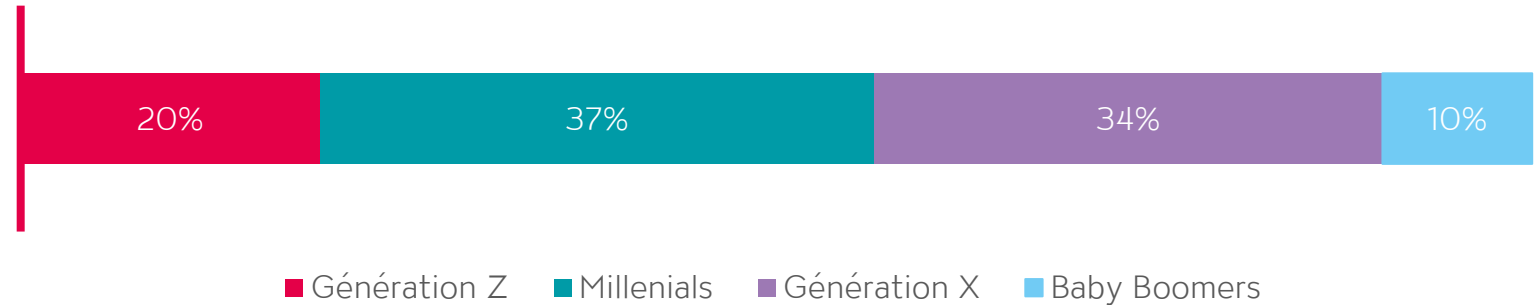
Profil démographique

Seulement 20% appartiennent à la Génération Z

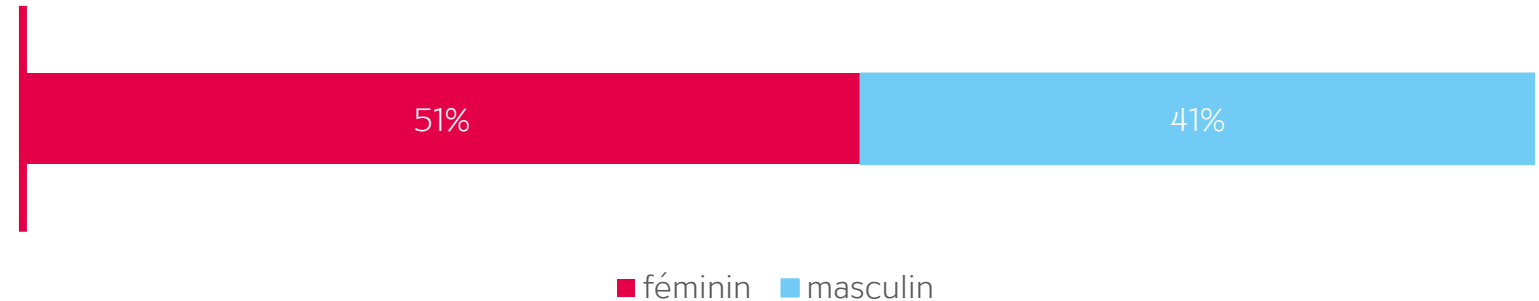


La jeune génération Z est relativement peu représentée dans la société.

Appartenance à une génération



Répartition des sexes

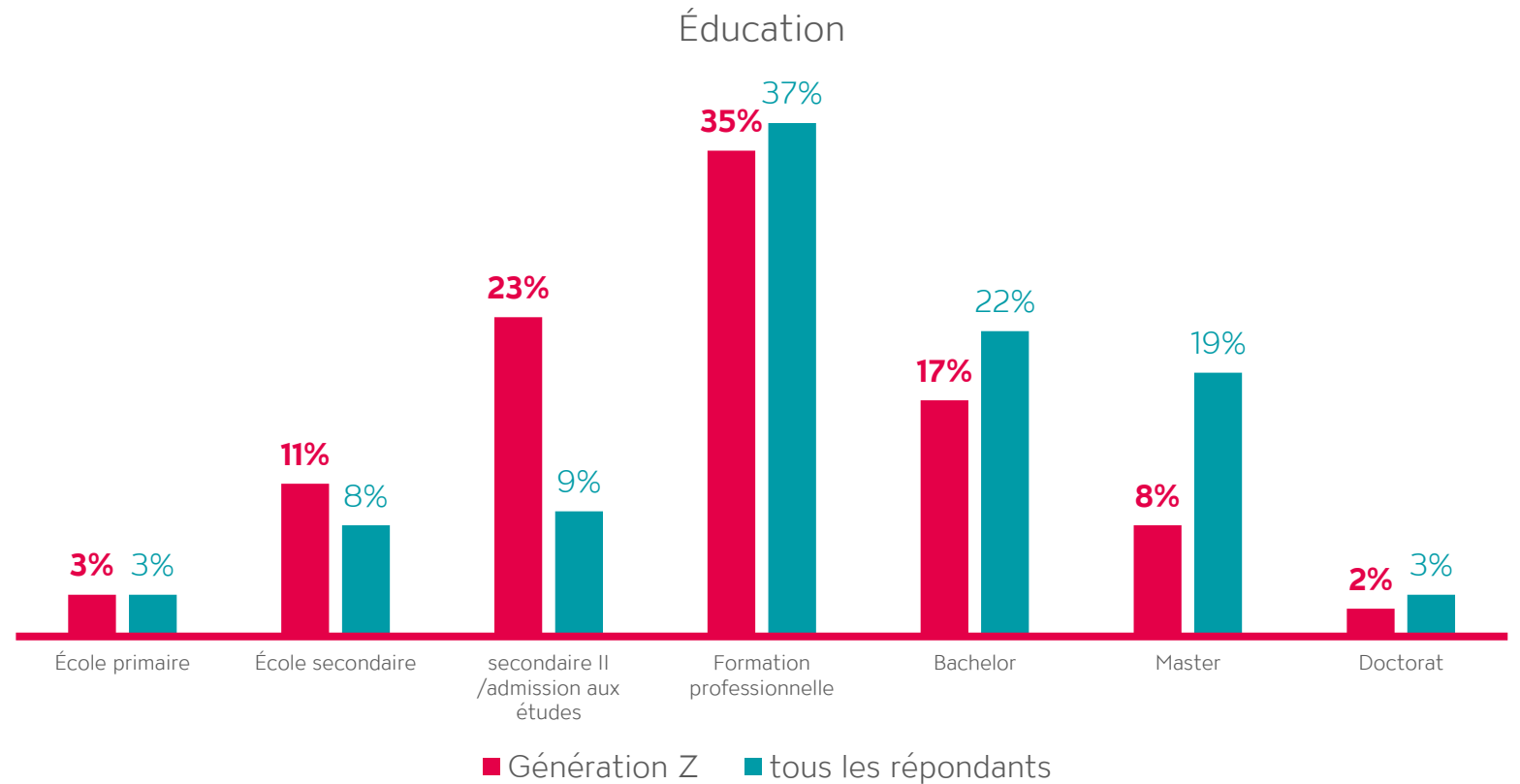


Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

23% ont suivi degré secondaire II



Plus les personnes sont âgées, plus elles sont formées.

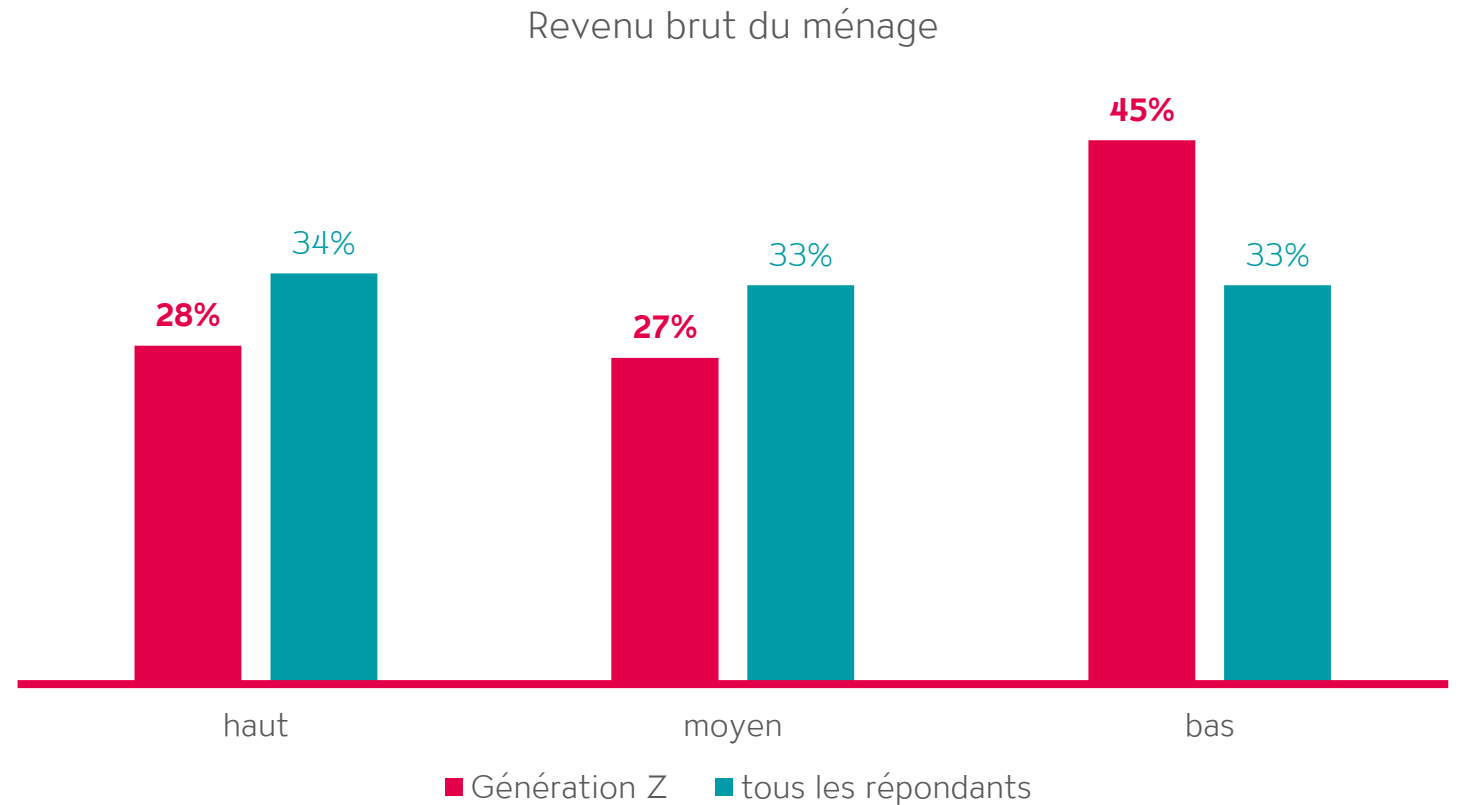


Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

La Génération Z gagne un peu moins



Les revenus plus élevés se retrouvent plutôt dans les groupes d'âge élevés.

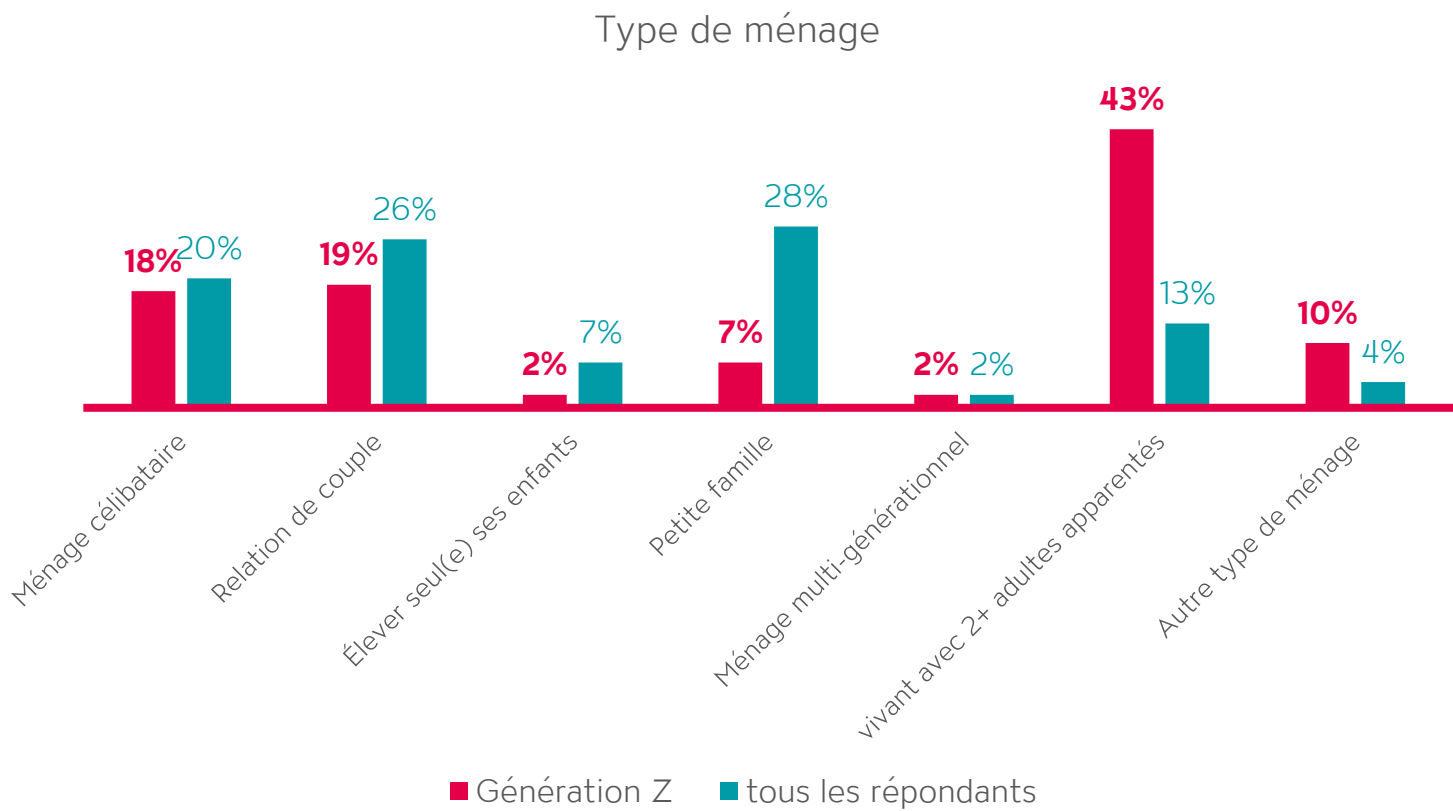


Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

My home is my castle



La Génération Z vit encore dans sa famille.



Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

Jeunes, branchés
et urbains?

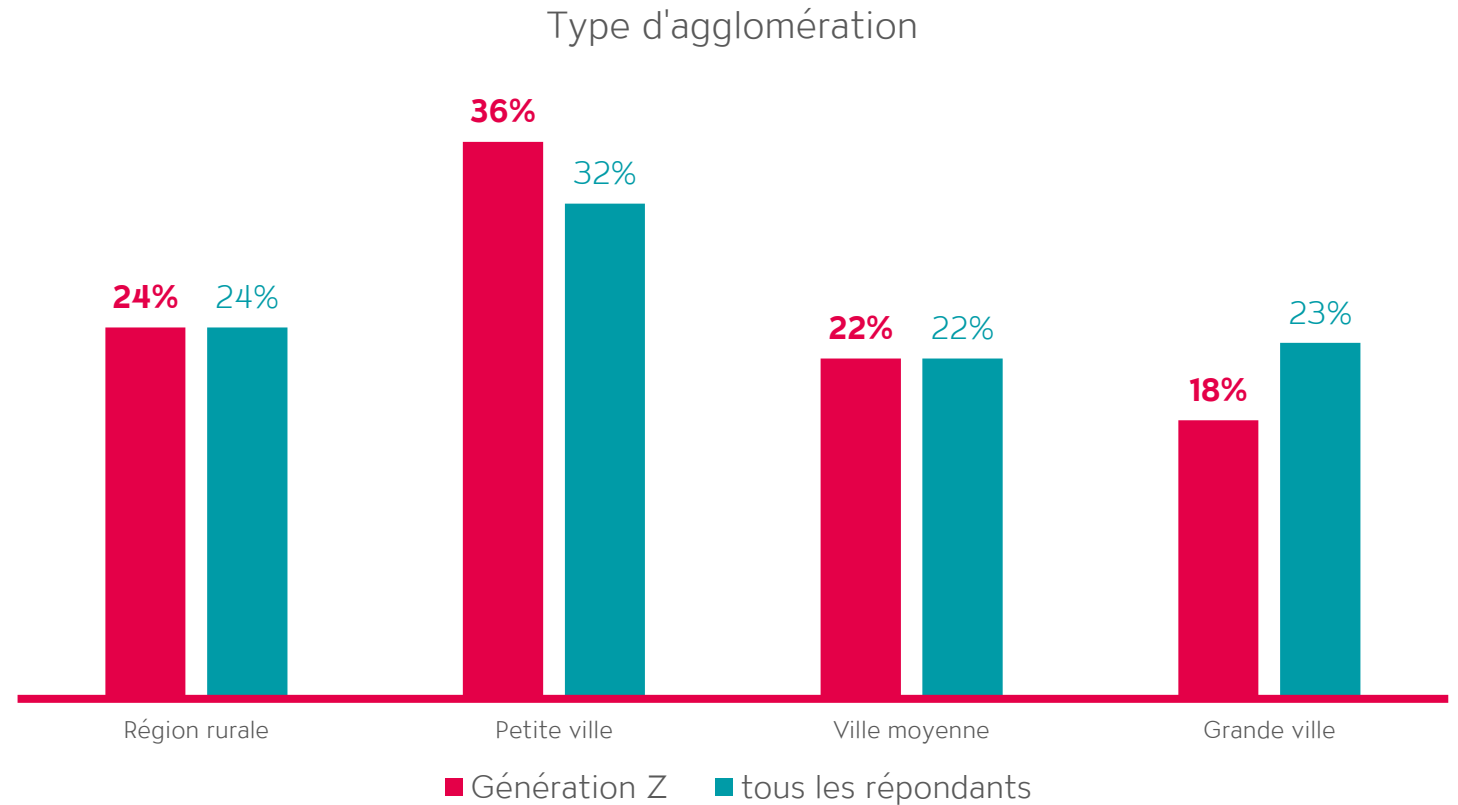
AD
MEIRA



Ils vivent plutôt dans des petites villes ou à la campagne



Jeunes, branchés et urbains?
Non, la Génération Z vit plus à la campagne...



Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

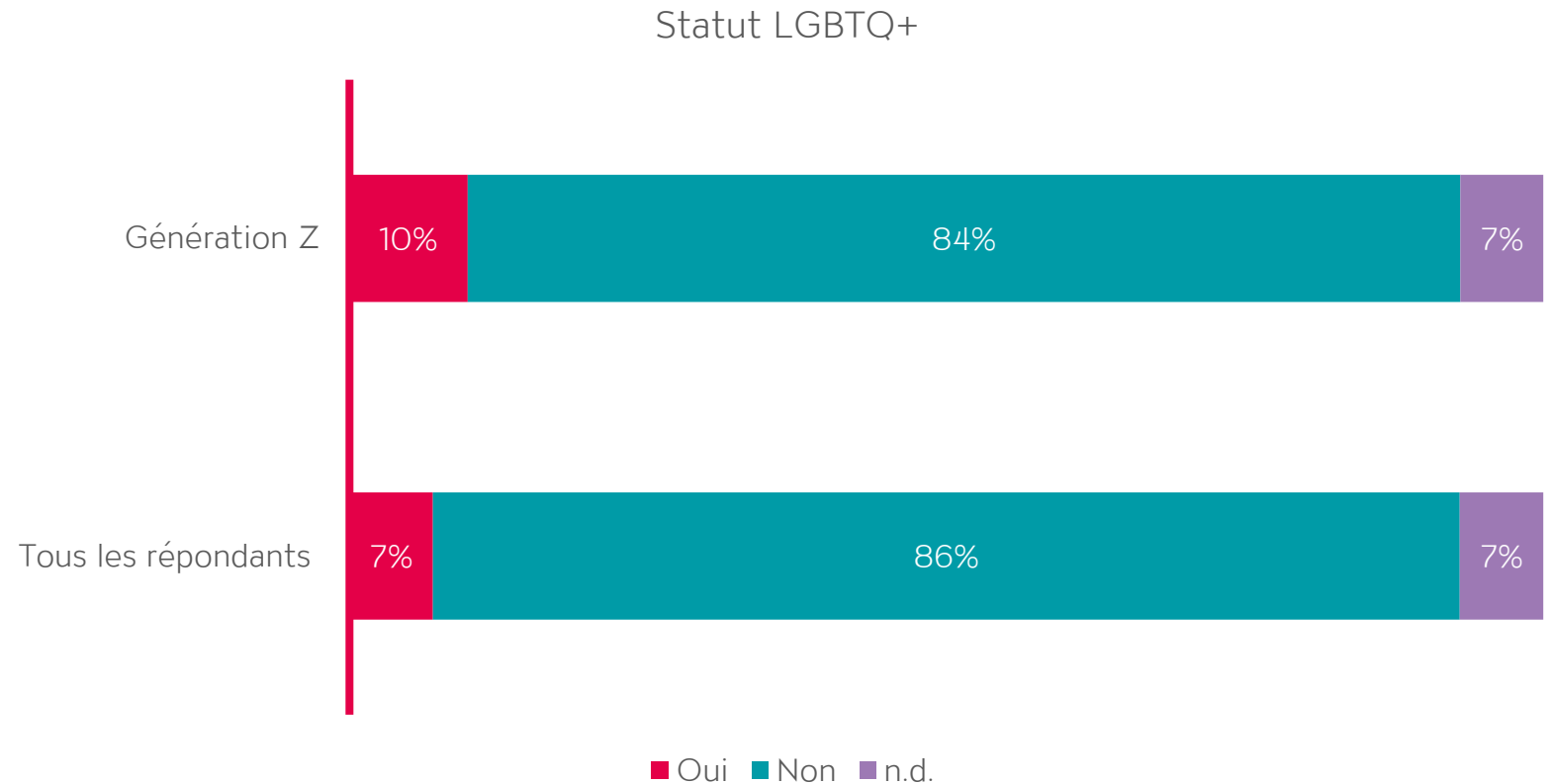
Tout en couleur?

AD
MEIRA



LGBTQ: Génération Z et société

10% des jeunes se considèrent comme faisant partie de la communauté LGBTQ+.



Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

Consumer Lifestyle

**Qu'est-ce qui est
important pour eux?**

Le plaisir et la fête?

L'argent?

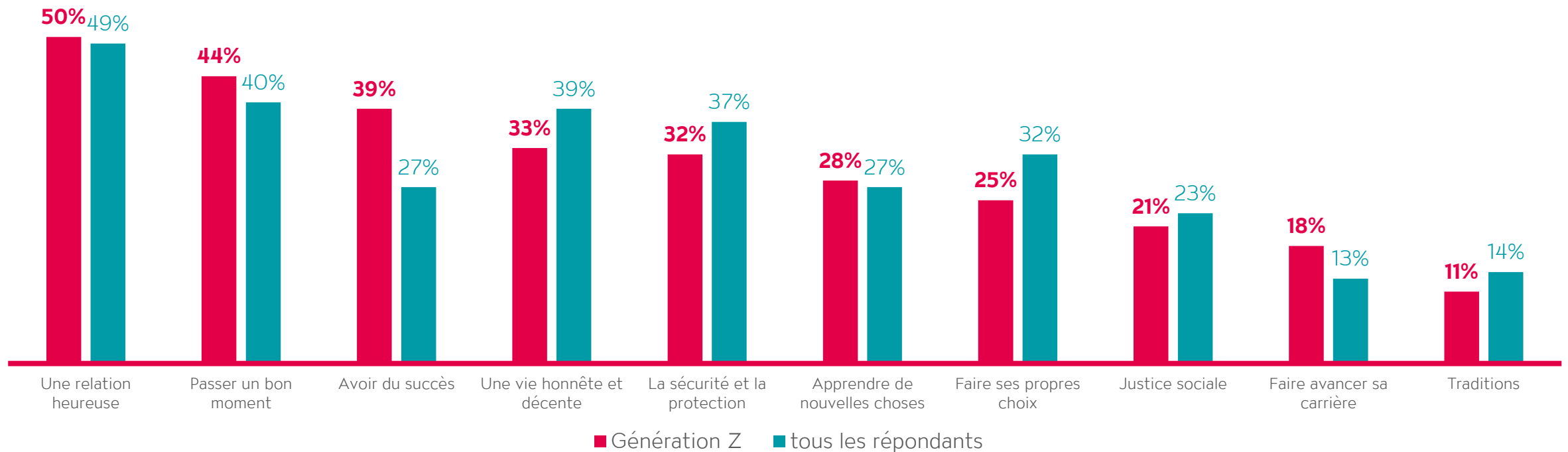
Ou...?



Une relation heureuse & de bons moments au premier plan

Le succès et la carrière sont plus importants pour Génération Z que pour ses parents

Les principaux aspects de la vie des consommateurs en Suisse

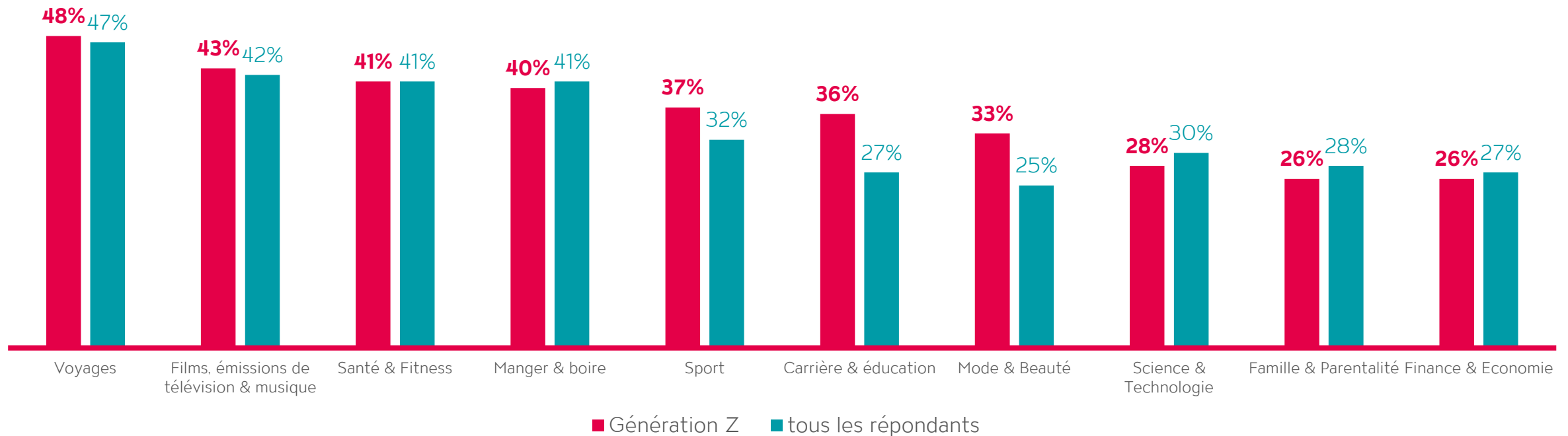


Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

Top 4 intérêts presque identiques à la société

Plus d'intérêt pour le sport, la carrière et la mode que les autres

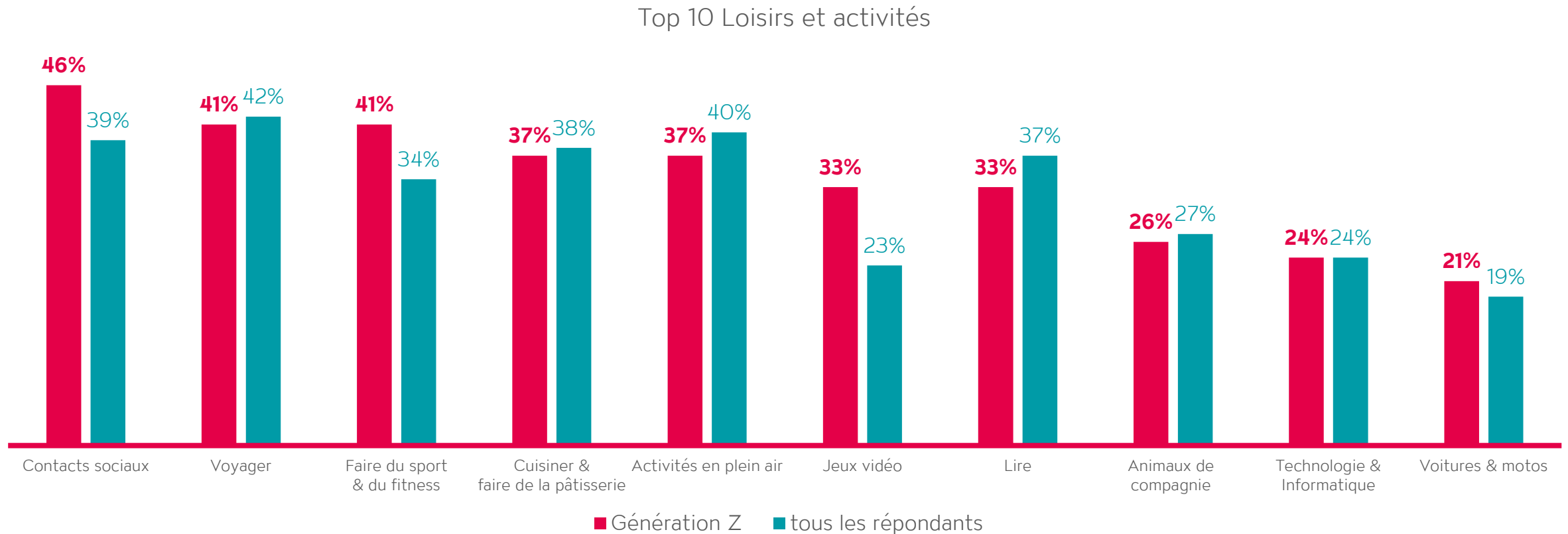
Top 10 des centres d'intérêt



Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

Les contacts sociaux et les voyages sont les plus populaires

Certains hobbies ne diffèrent guère de la population de base

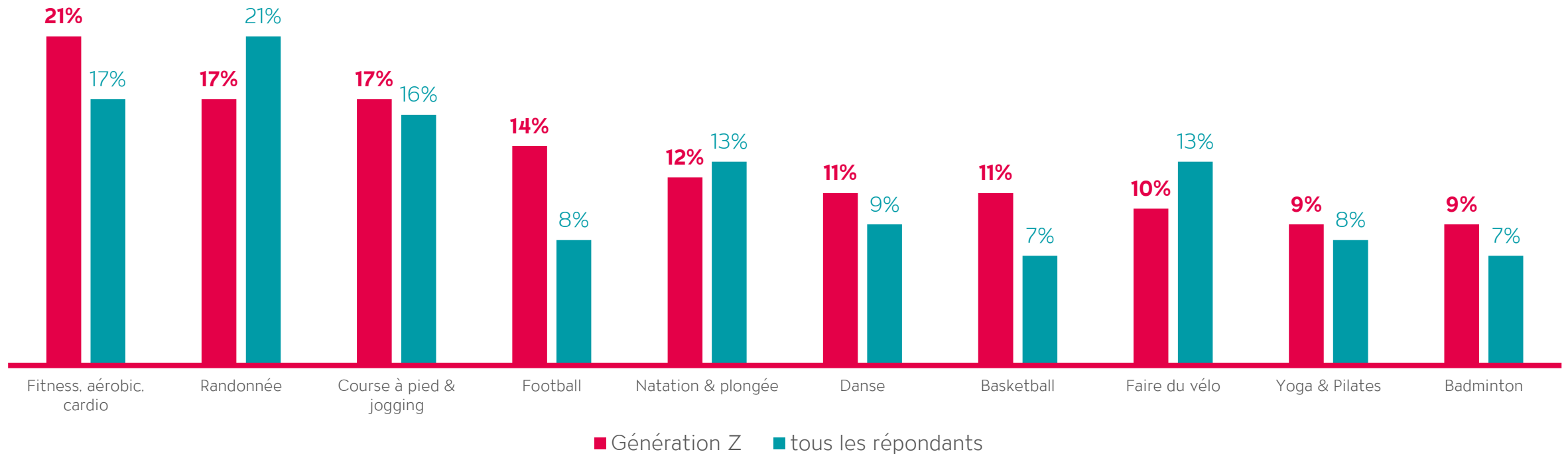


Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

La génération Z se maintient en forme

En Suisse - bien sûr, la randonnée est également très prisée

Top 10 des activités sportives



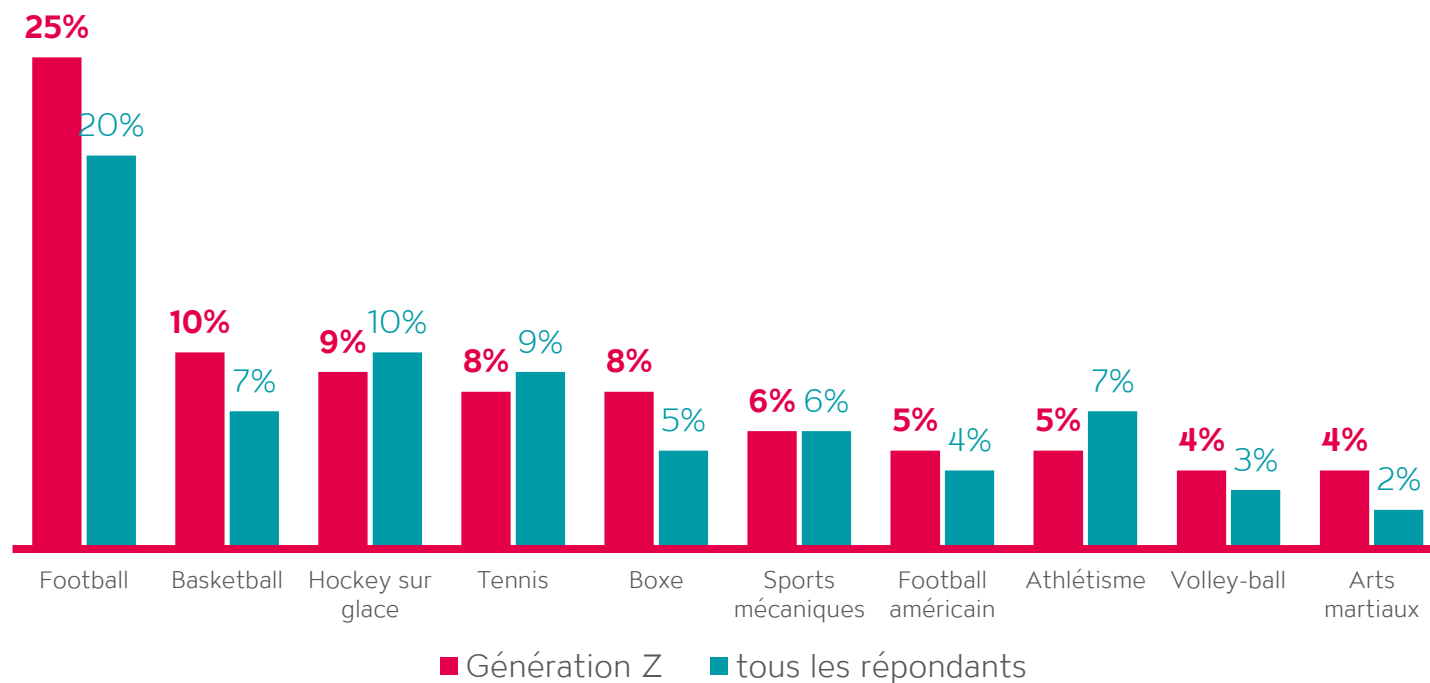
Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

Ils se réjouissent certainement de l'UEFA EURO



La plupart des sports suivis sont intensément représentés sur les deuxièmes chaînes de la SSR.

Top 10 des sports suivis



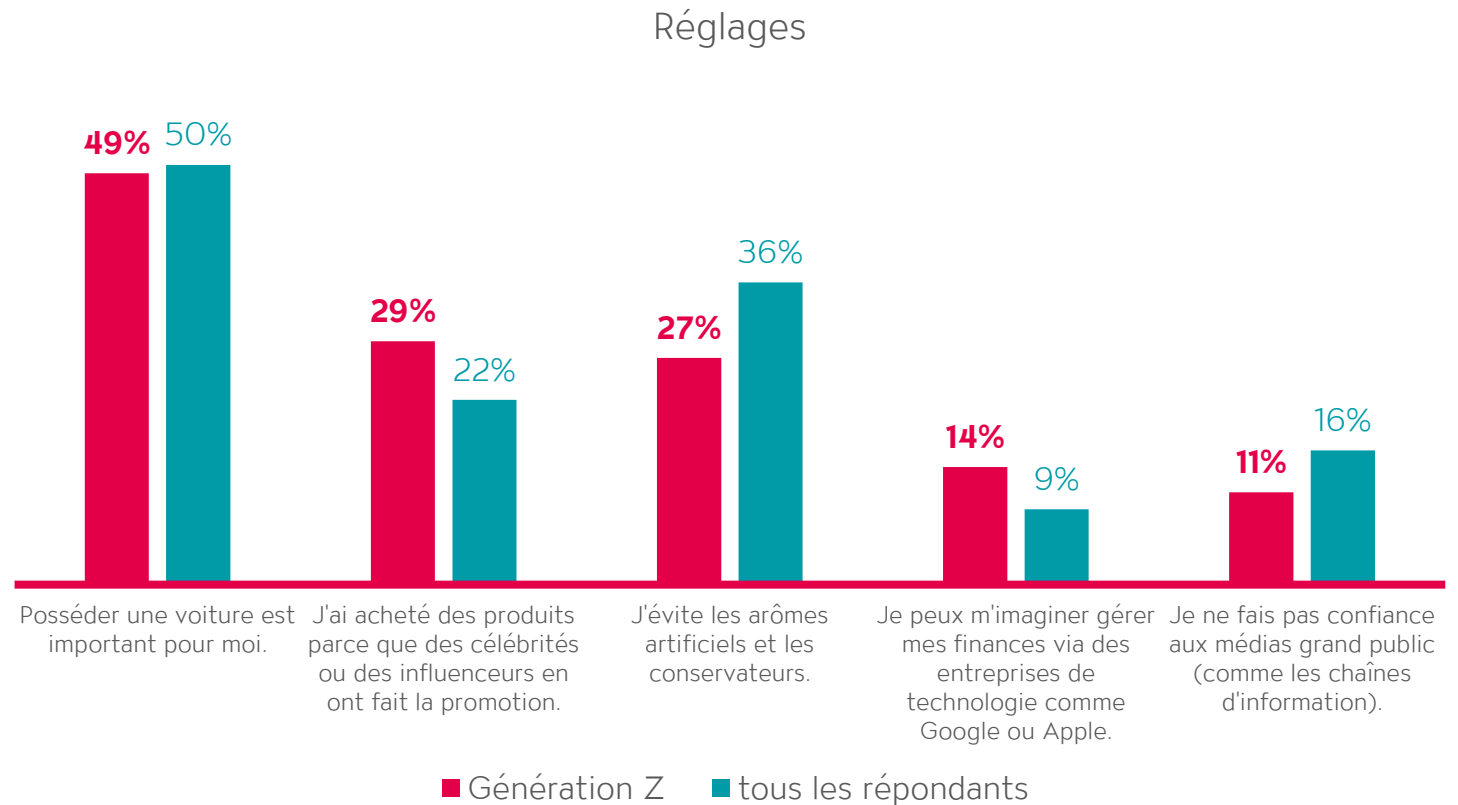
Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

Attitude de consommation

Une voiture est importante pour toute la société



Seul 1/3 environ se laisse influencer par les influenceurs.

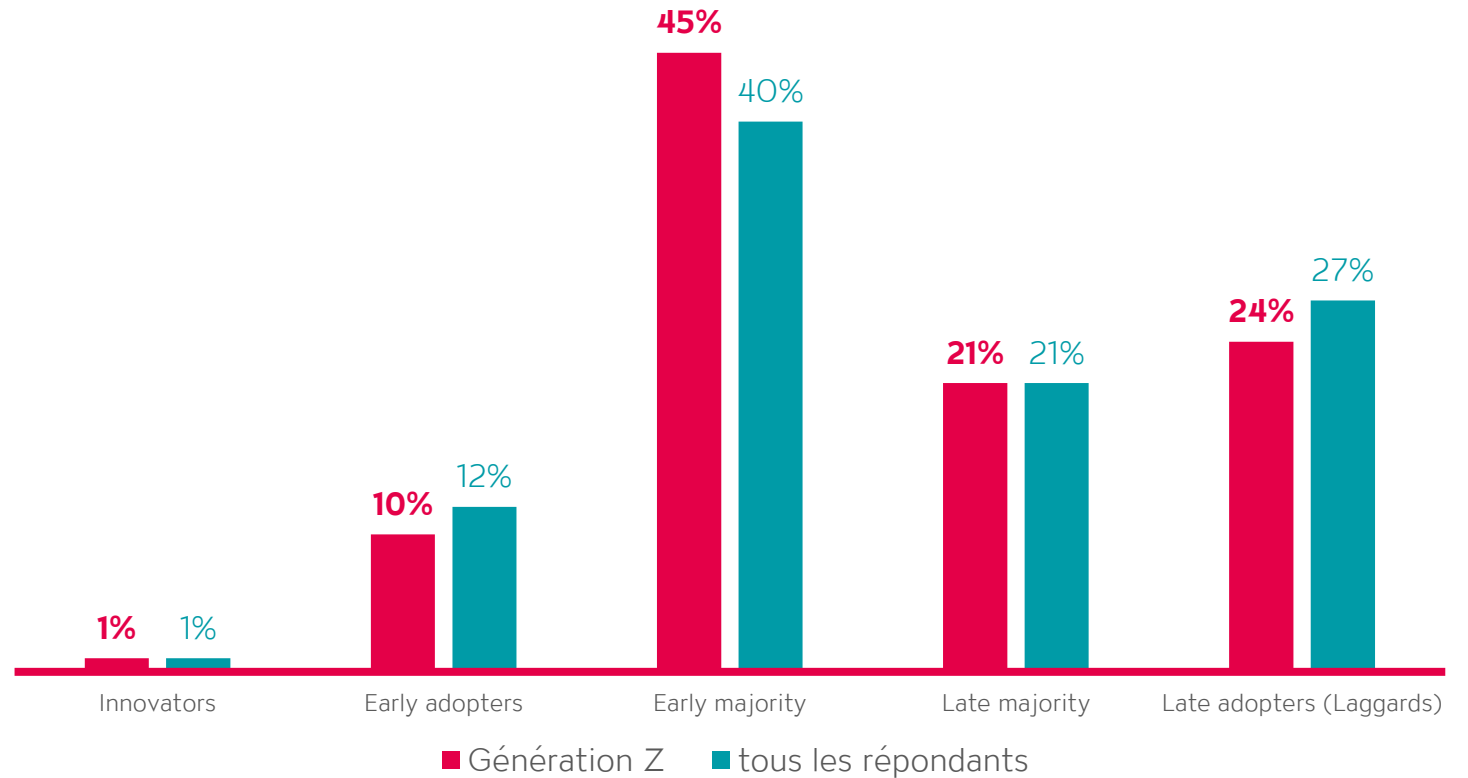


Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

45% font partie de la «early majority»



Mais certains membres de la jeune génération sont également plutôt «conservateurs en matière d'innovation».



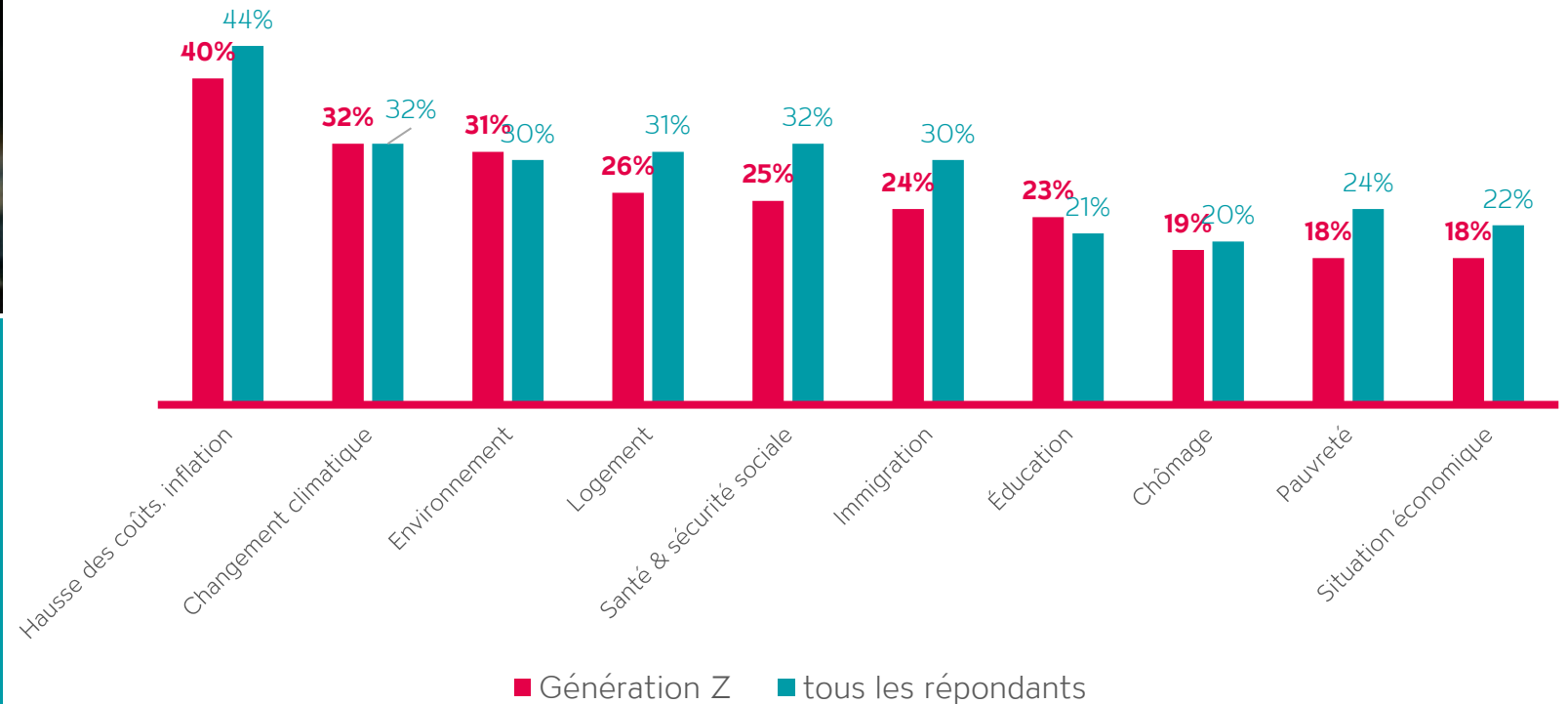
Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

L'inflation et le changement climatique préoccupent les jeunes



Les jeunes ont des préoccupations similaires à celles de la Suisse en général.

Les 10 thèmes les plus importants pour la Suisse

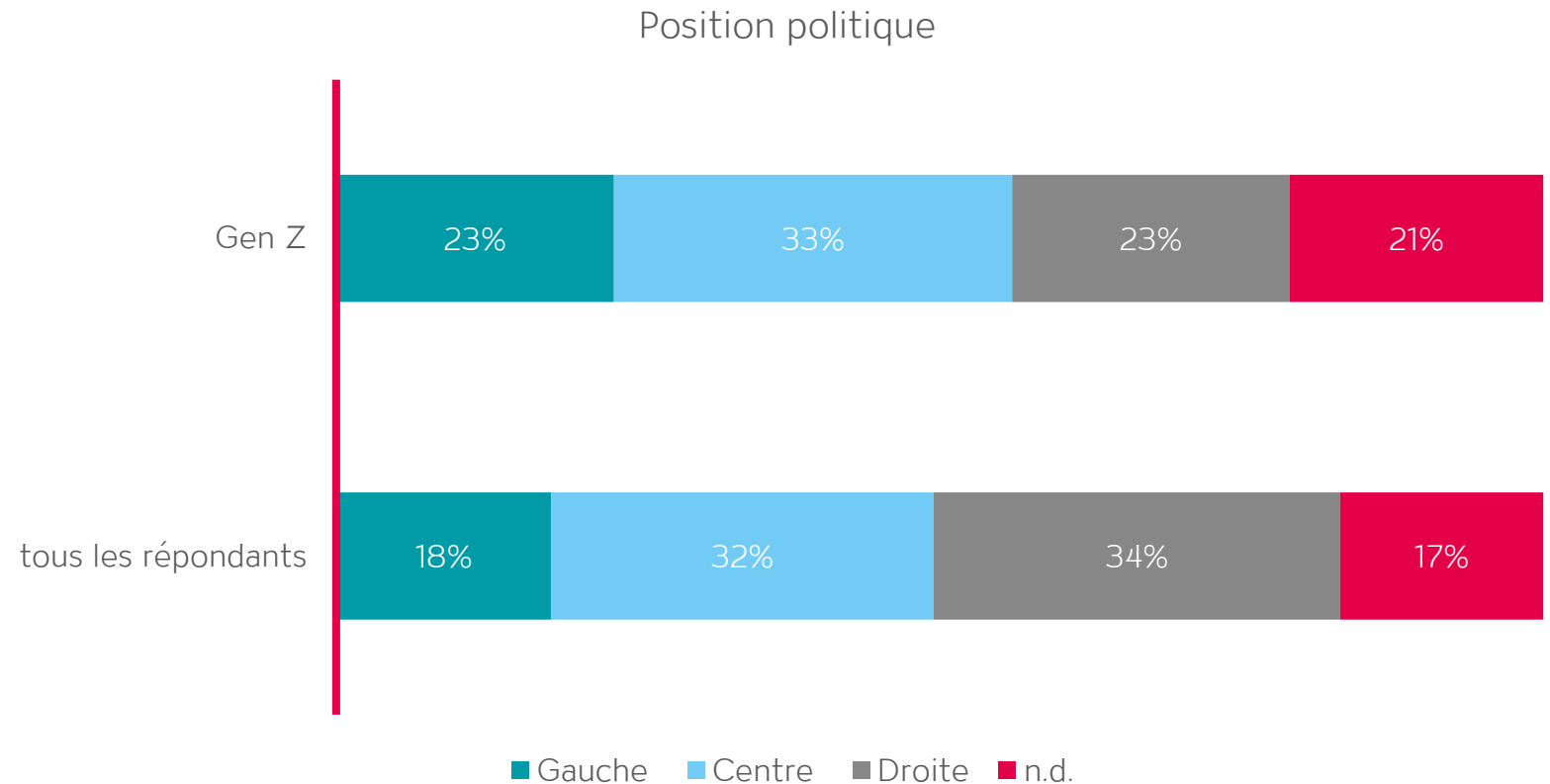


Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

Position politique de la Génération Z



La Génération Z est politiquement plutôt à gauche.



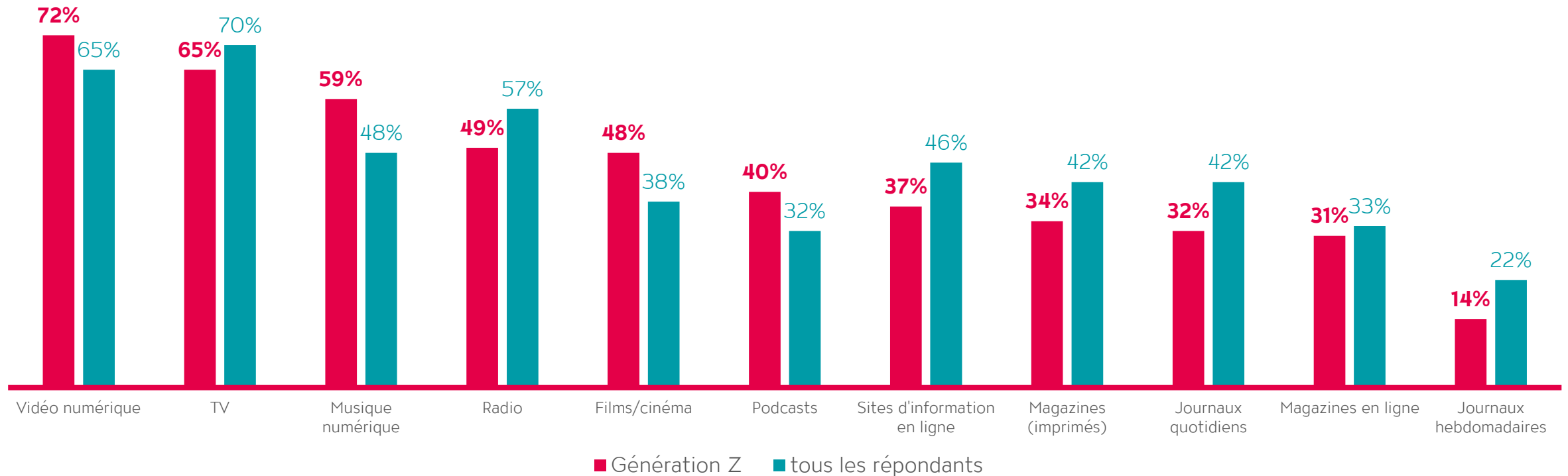
Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

Marketing Touchpoints

La TV à la 2e place de l'utilisation des médias

D'autres médias classiques comme la radio sont encore utilisés

Type de médias utilisés par les consommateurs en Suisse au cours des 4 dernières semaines

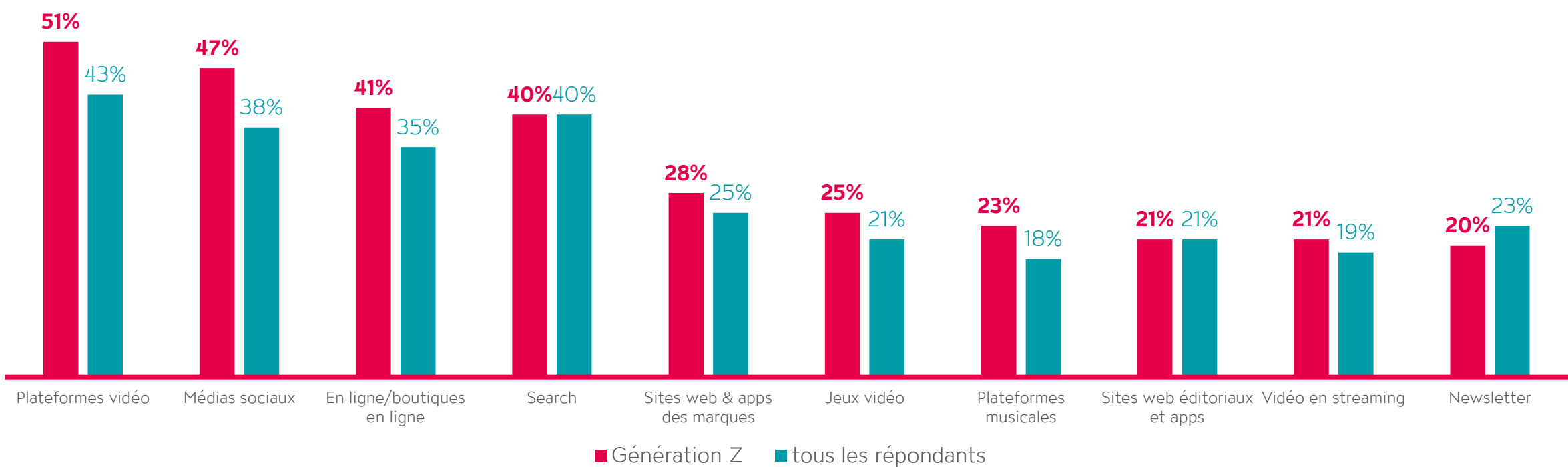


Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

Digital Touchpoints: les médias sociaux n'arrivent qu'en deuxième position

De manière générale, la Génération Z est davantage en contact avec la publicité numérique

Top 10 Touchpoints avec la publicité numérique au cours des 4 dernières semaines

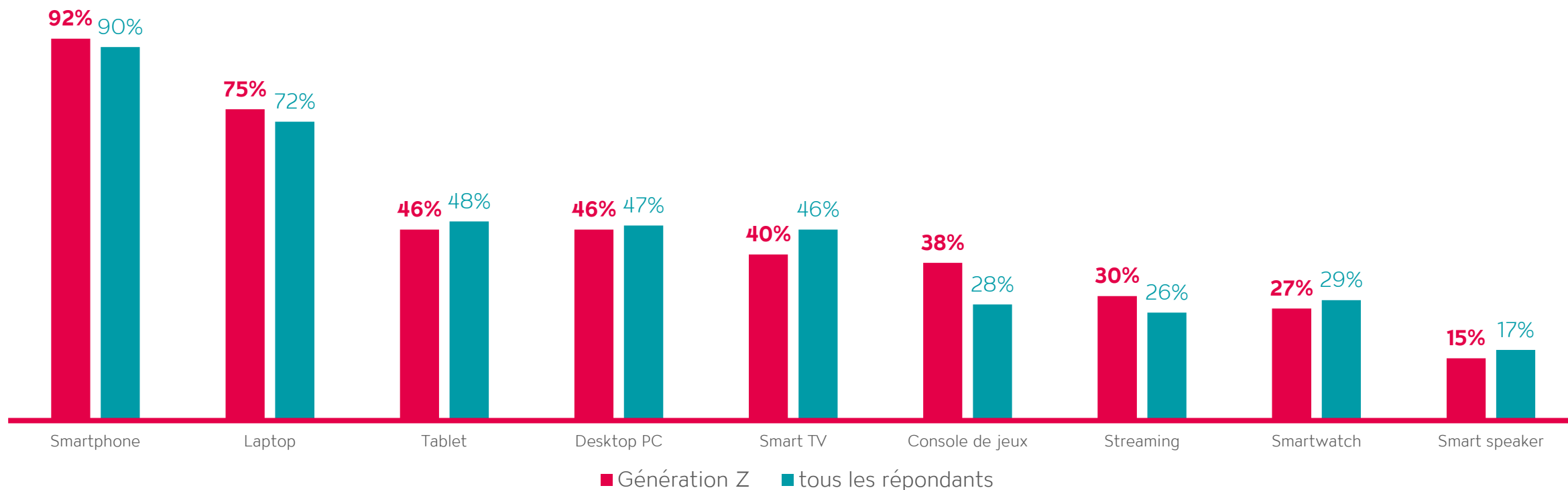


Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

La Génération Z a plus de gamers

En revanche, la Smart TV est moins allumée

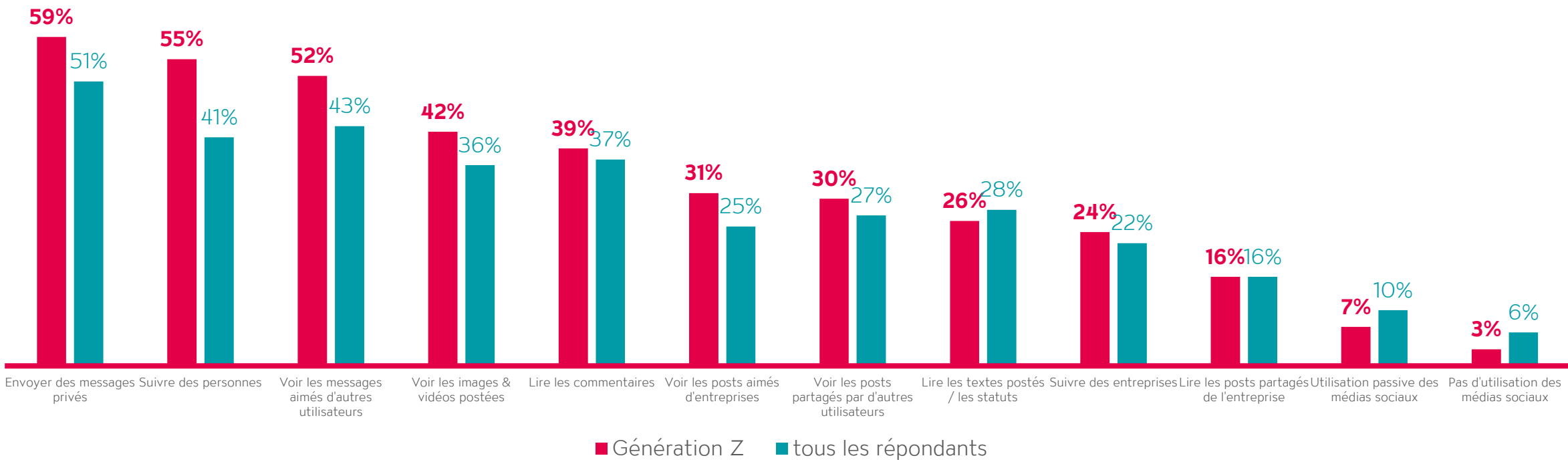
Appareils avec lesquels les consommateurs accèdent régulièrement à Internet en Suisse



Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

Une grande partie utilise les médias sociaux de manière passive

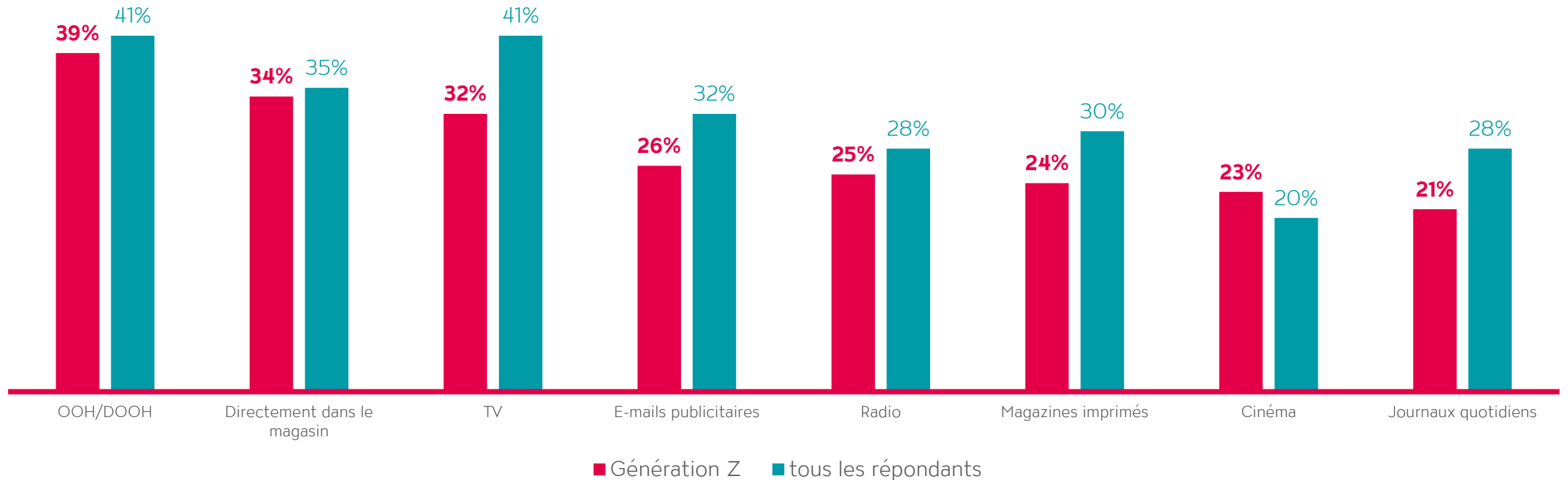
Utilisation / activités des médias sociaux



Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

TV sur le podium chez les jeunes

Touchpoints avec publicité non numérique au cours des 4 dernières semaines



Source: Statista Consumer Insights Global, janvier 2024
Gen Z / Génération Z: n=1828
Toutes les personnes interrogées: n= 9'224
CH total, mentions multiples possibles

Merci beaucoup.

Samuel Fahrni

Research Specialist

E-Mail: samuel.fahrni@admeira.ch

Téléphone: 058 909 97 23

Envie de **rester à la page?**
Alors, abonnez-vous
dès maintenant
à **notre newsletter!**



S'inscrire maintenant

