

Génération Z?

Génération SwitZerland!

AD MEIRA



La **génération Z** (en abrégé Gen Z) est la génération qui succède à la génération Y (Millennials).

La génération Z est principalement composée de personnes nées **entre 1997 et 2012**.

(selon le Pew Research Center).

Statista définit la GenZ comme les 18-24 ans. Dans l'enquête 2023, il s'agit donc des personnes nées entre 1999 et 2005. (qui se situent dans la fourchette du Pew Research Center)

Ce jeune groupe cible fait l'objet d'une attention et d'une approche très intéressées de la part du marché publicitaire, souvent en pensant qu'il s'agit d'une génération aux caractéristiques totalement différentes, avec des intérêts et des habitudes très différents de ceux des groupes cibles plus âgés.

L'hypothèse selon laquelle la disponibilité d'Internet dès l'enfance a façonné toute une génération de manière totalement différente peut sembler logique.

Les preuves montrent toutefois que la **disponibilité d'Internet** ainsi que l'évolution générale en Europe centrale au cours des dernières décennies ont plutôt **marqué toute la société...**

La conception de la «Gen Z» comme une génération très particulière en Suisse, tend à être contredite par la recherche...

# Le design de recherche de l'enquête mondiale auprès des consommateurs (GCS) de Statista

## Type d'enquête

Sondage en ligne (pour le compte de Statista)

## Durée de l'entretien

15 à 20 minutes maximum

## Langues

Enquête dans les langues nationales respectives - l'anglais est toujours disponible comme alternative

## Pays et régions

55+ pays

## Nombre de personnes interrogées

Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ

## Échantillon

Utilisateurs d'Internet - 18 à 64 ans | Rapports par sexe, âge et région

## Périodes d'enquête

Système d'arbres roulants toute l'année

5%Pt.

Sources d'inspiration  
pour de nouveaux  
produits

4%Pt.

Sources d'information  
sur les nouveaux  
produits

3%Pt.

Importance des produits  
à bas prix

3%Pt.

Attitude à la mobilité

5%Pt.

Importance des produits  
de luxe ou haut de  
gamme

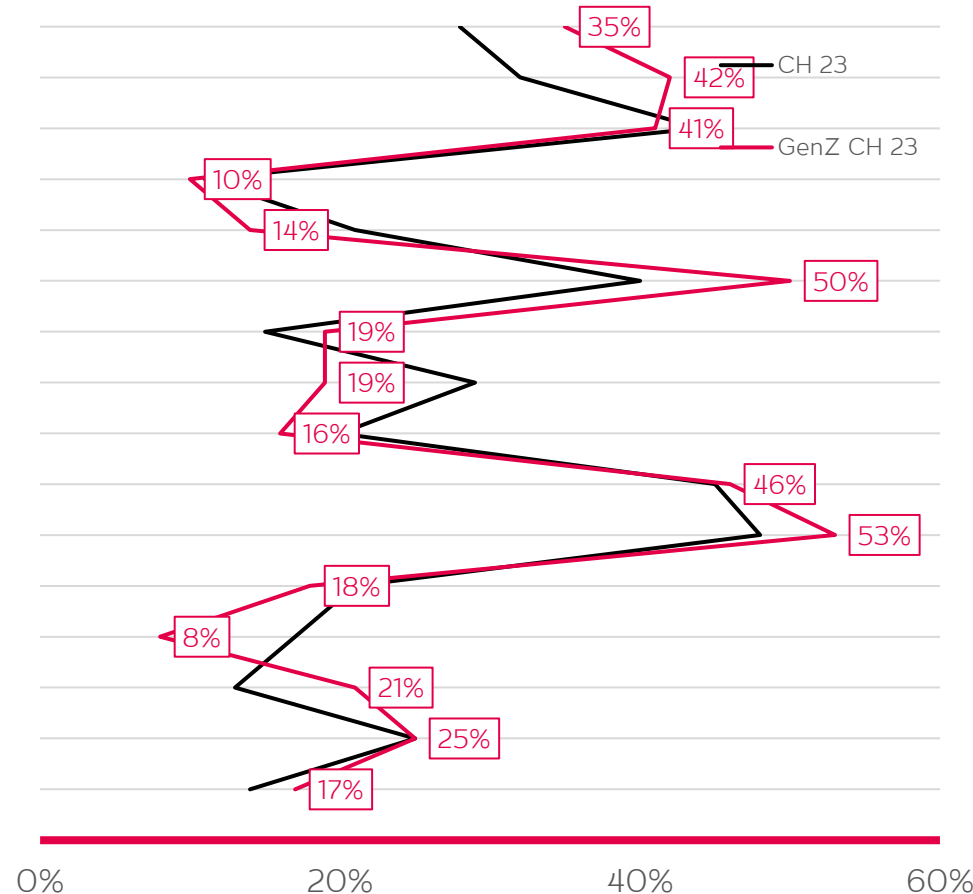
Ø Ecart / différence entre le génération Z et la population totale CH

Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 n=6'234 dont n=741 de la génération Z

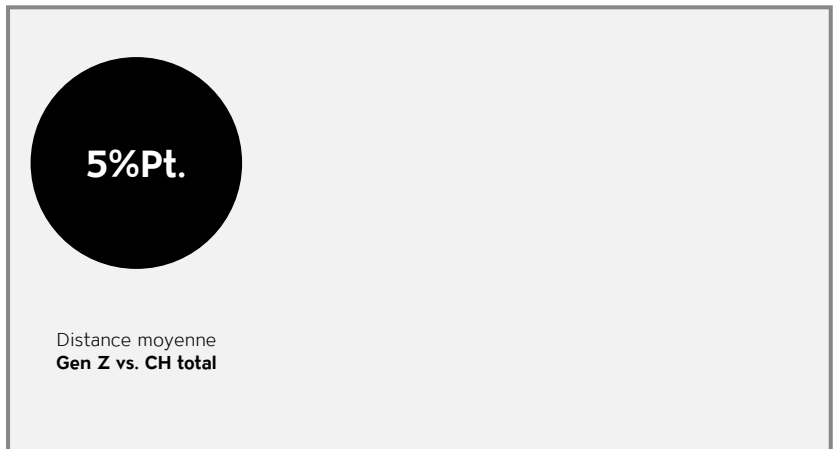
# Sources d'inspiration pour de nouveaux produits

|                                                     |
|-----------------------------------------------------|
| Sites et applications vidéo                         |
| Sites/applications pour les médias sociaux          |
| Moteur de recherche                                 |
| Questions et réponses Sites web / Apps              |
| Sites de comparaison de prix                        |
| Magasins en ligne                                   |
| Forums en ligne                                     |
| Magazines et journaux                               |
| Sites web de magazines et de journaux / Apps        |
| Dans le magasin                                     |
| Amis et connaissances                               |
| Témoignages de clients                              |
| Sites/applications de bons de réduction et de deals |
| Personnalités célèbres                              |
| Sites web et applications de marques                |
| Blogs et podcasts                                   |

choix multiple

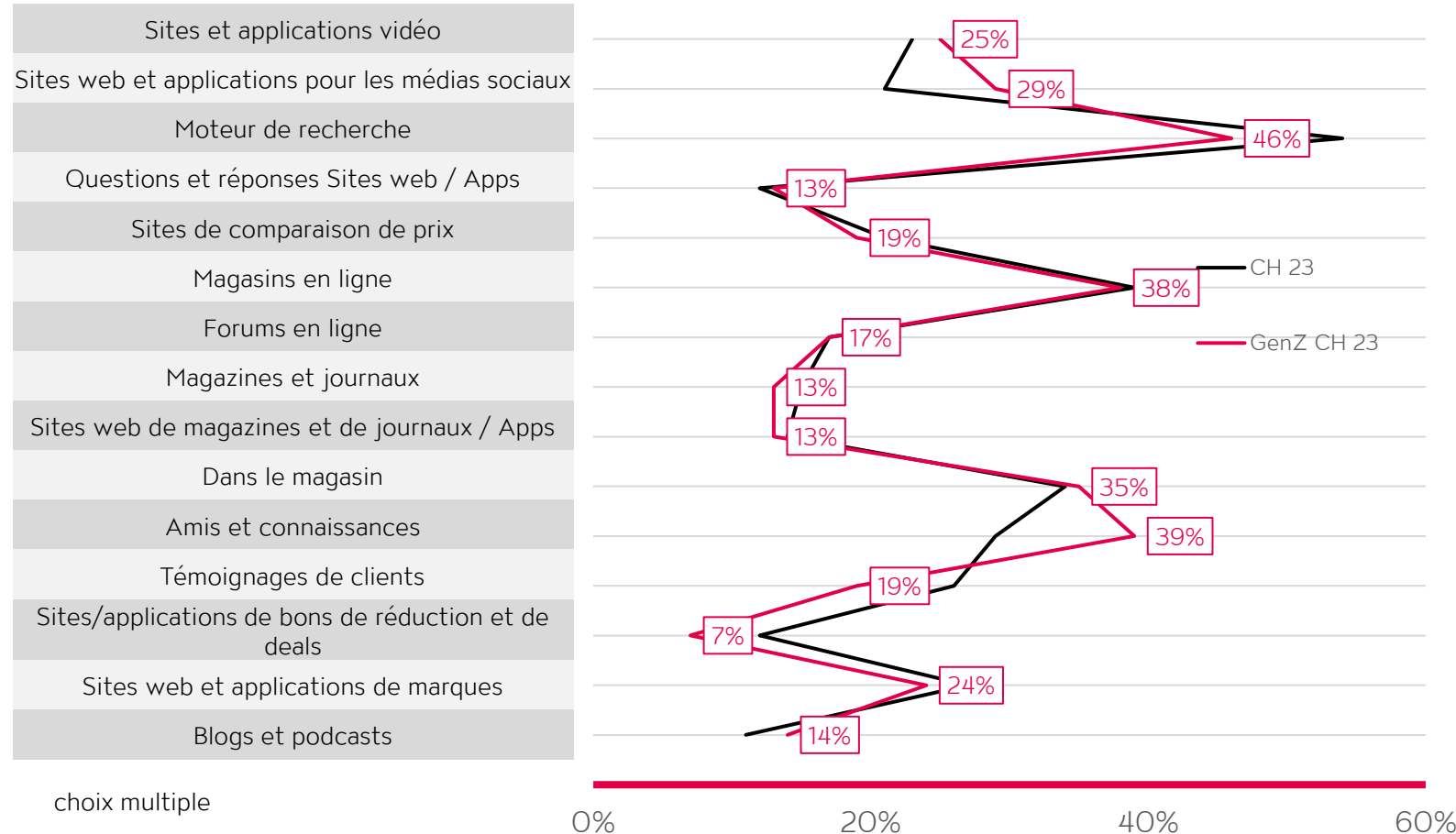


Comment vous informez-vous habituellement sur les nouveaux produits intéressants?

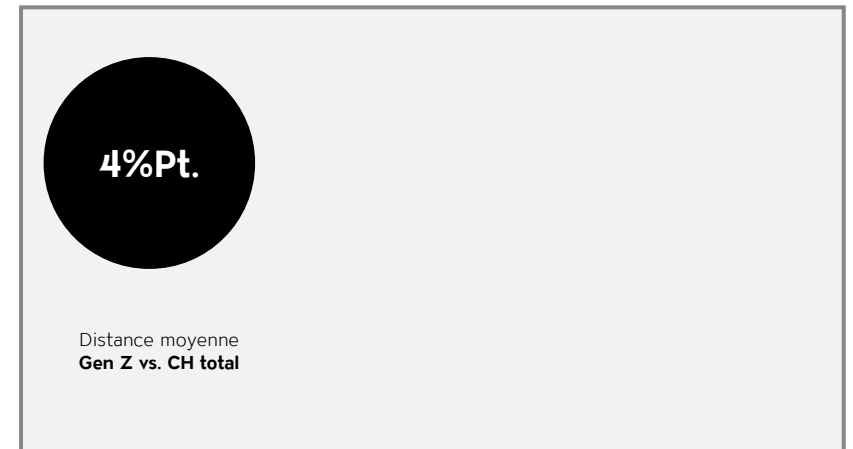


Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614

# Sources d'informations sur les produits

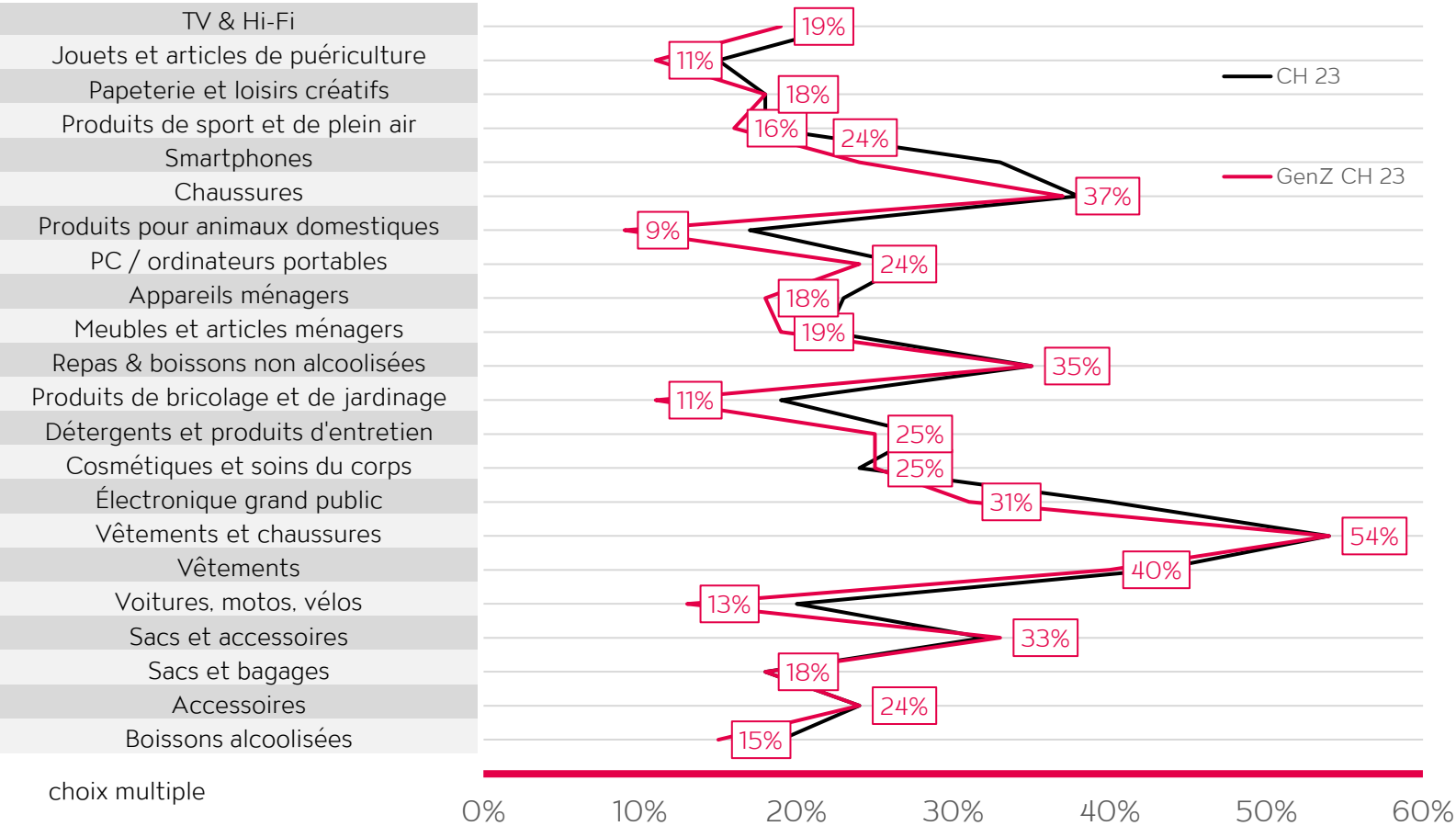


Comment recherchez-vous des informations spécifiques sur un produit que vous souhaitez acheter?

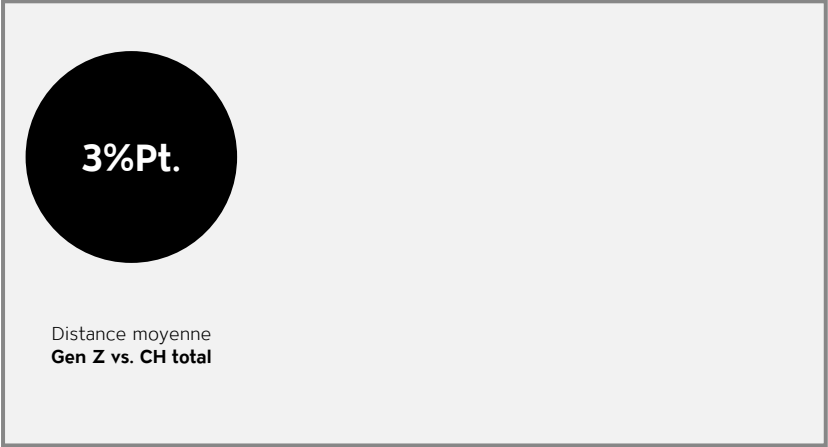


Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614

# Importance des produits à bas prix



Pour lesquels de ces produits un prix bas est-il particulièrement important pour vous?

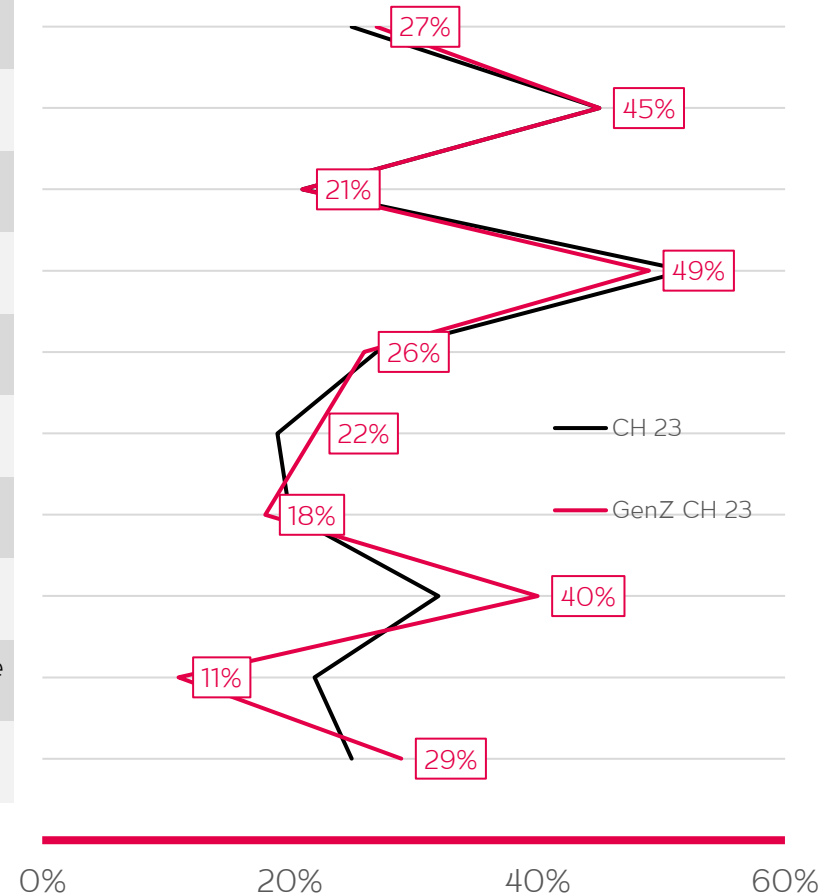


Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614

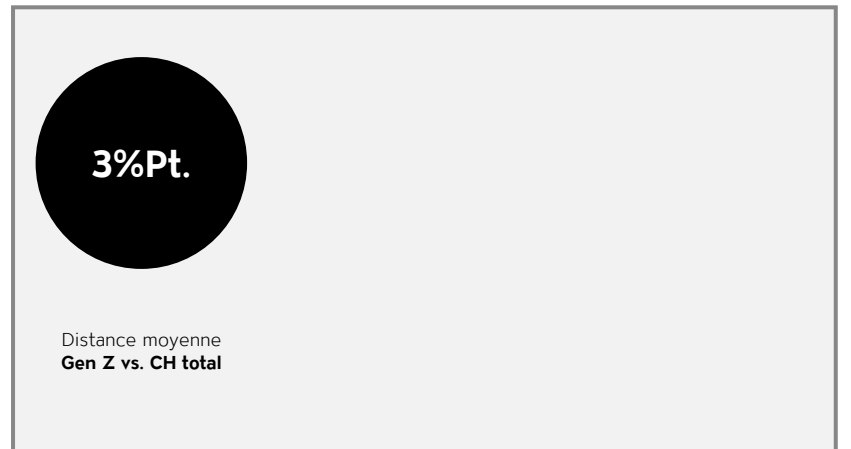
# Attitudes envers la mobilité

|                                                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------|
| Il n'y a pas assez de places de parking là où j'habite                             |
| Le système de transport public dans ma région est bon                              |
| L'infrastructure électrique m'empêche d'acheter une voiture électrique             |
| Posséder une voiture est important pour moi                                        |
| J'essaie d'opter pour des moyens de transport plus respectueux de l'environnement. |
| Je passe trop de temps à faire la navette                                          |
| Je peux m'imaginer utiliser un taxi autonome                                       |
| Je suis un amoureux des voitures                                                   |
| En raison du prix du carburant, j'opte pour d'autres moyens de transport           |
| Conduire est mauvais pour l'environnement                                          |

choix multiple

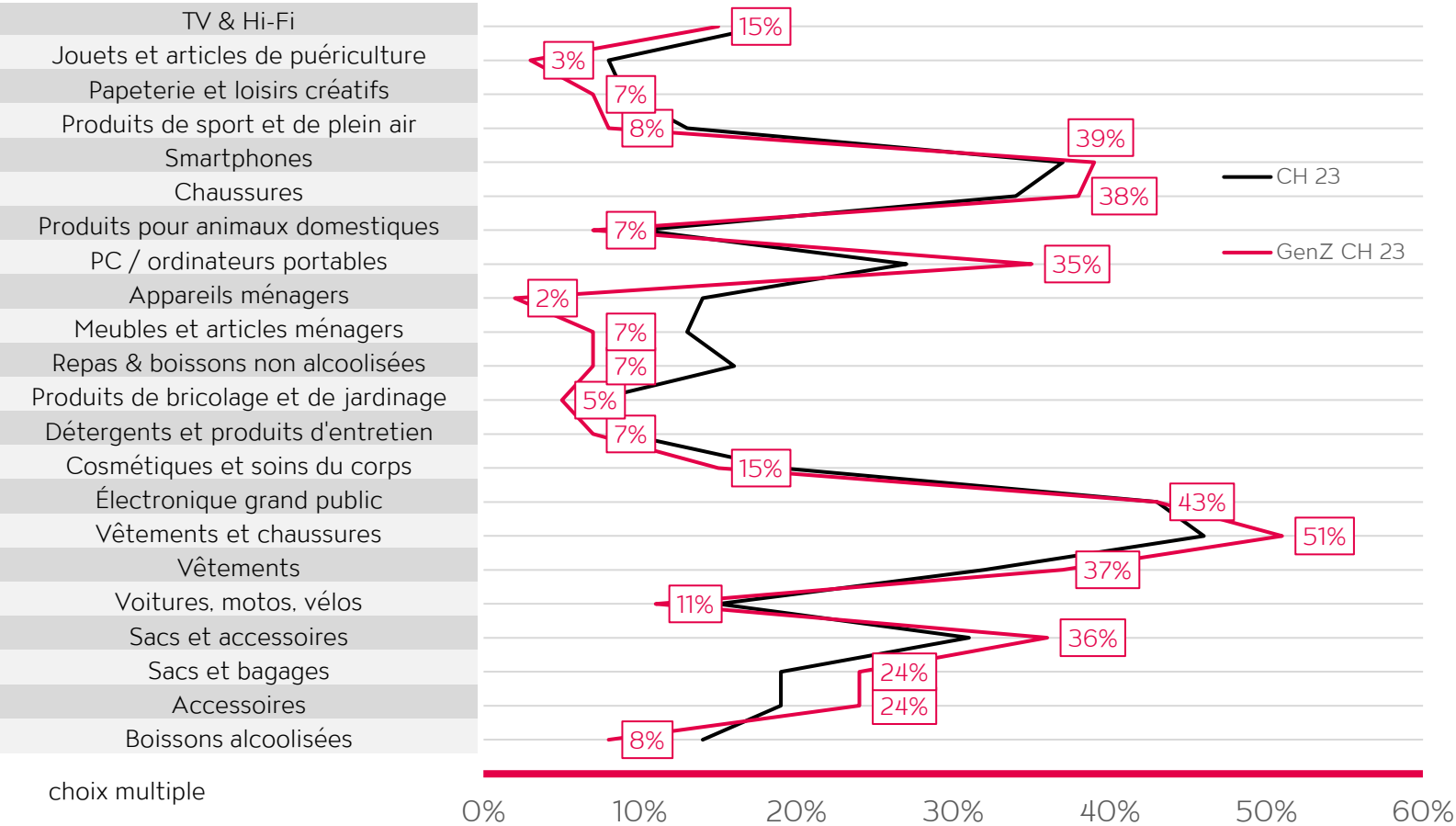


Parmi les affirmations suivantes concernant la mobilité, lesquelles sont d'accord avec vous?

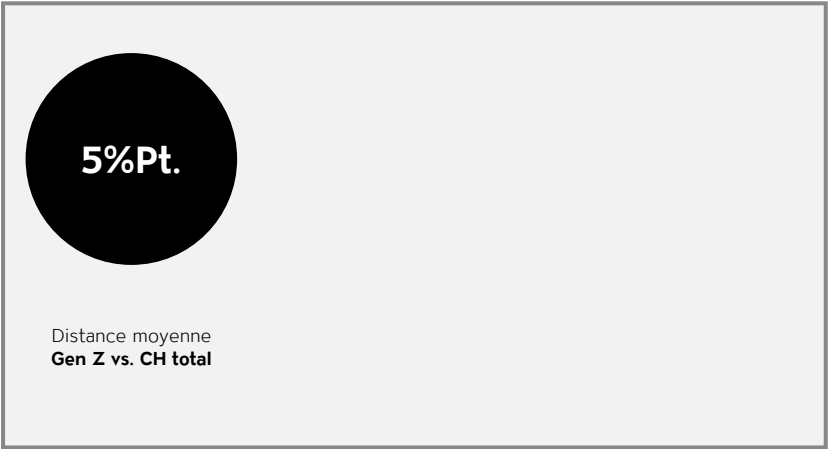


Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614

# Importance des produits de luxe/premium



Dans lesquelles de ces catégories de produits achetez-vous également des articles haut de gamme ou de luxe?



Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614



Attention portée à la  
marque

Attitude envers  
les aliments

Loisirs

Intérêts

Décideurs  
d'achat

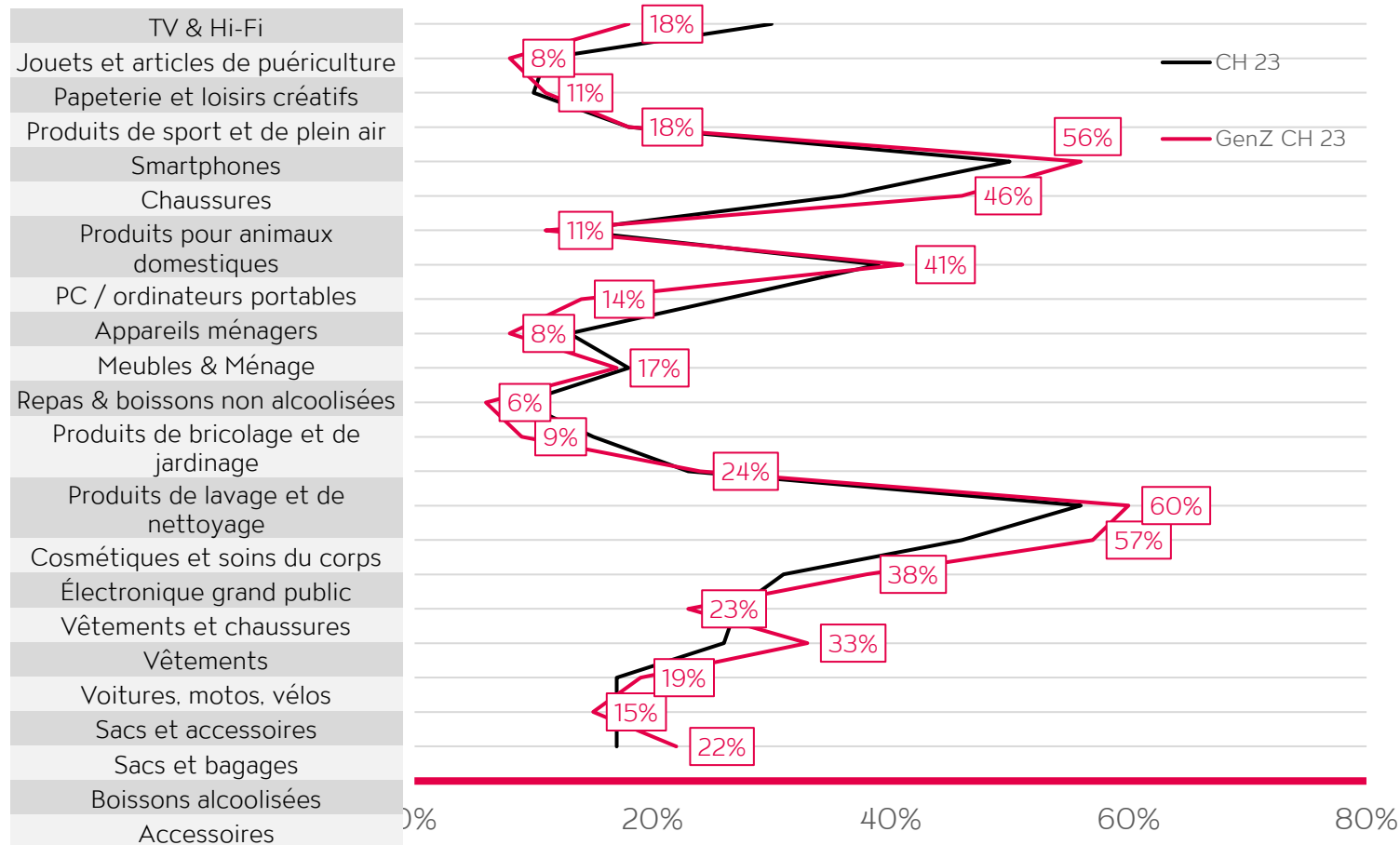
Intérêt pour les  
catégories de produits

Ø Ecart / différence entre le génération Z et la population totale CH



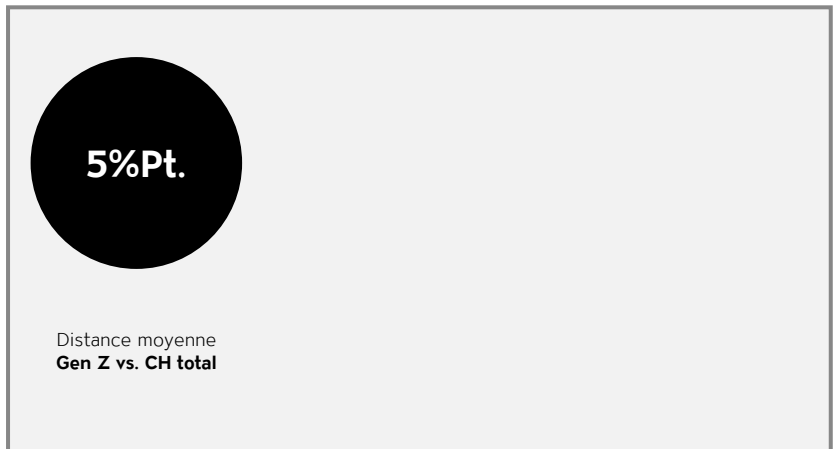
Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 n=6'234 dont n=741 de la génération Z

# Attention portée à la marque



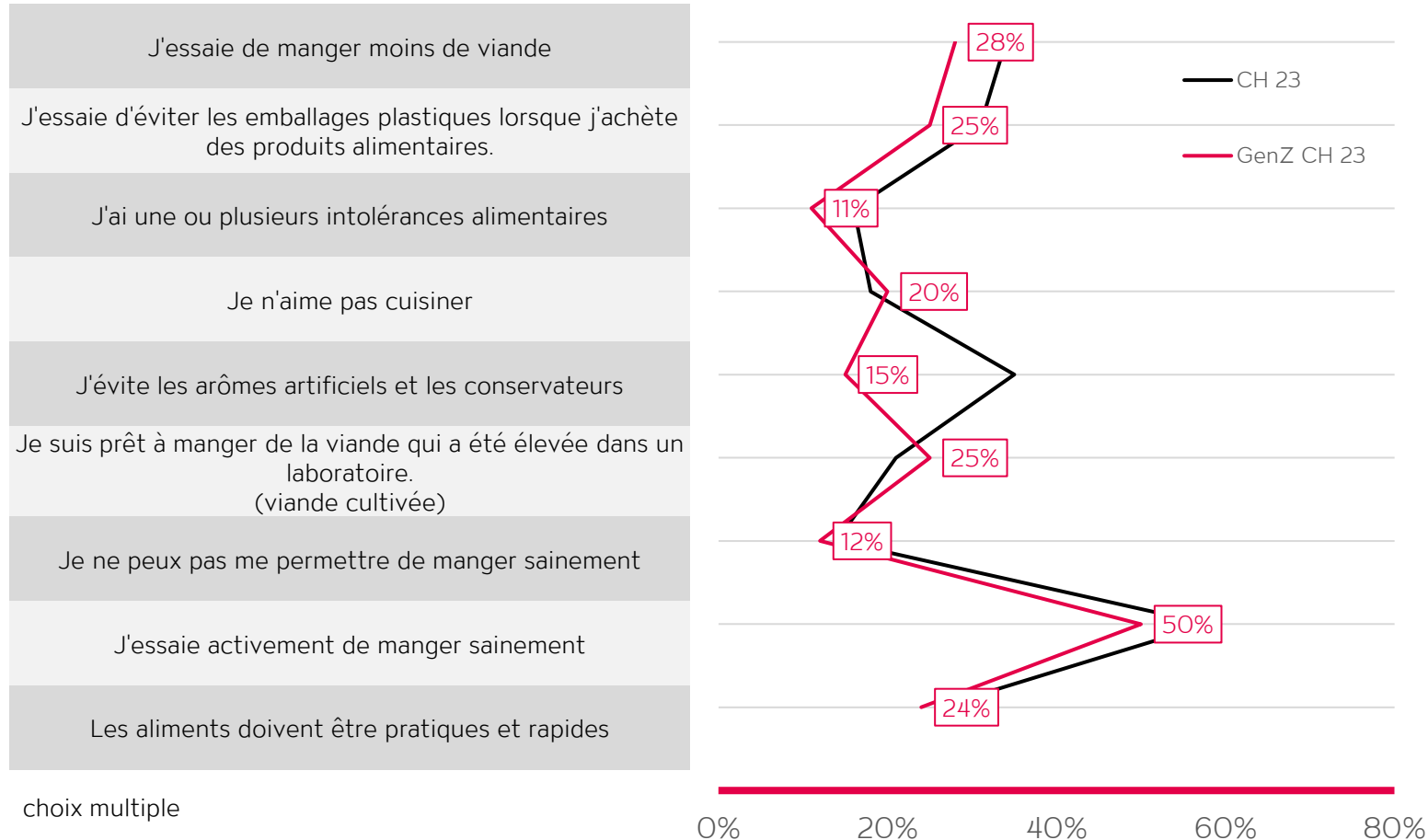
choix multiple

Dans lesquelles de ces catégories faites-vous particulièrement attention aux marques?

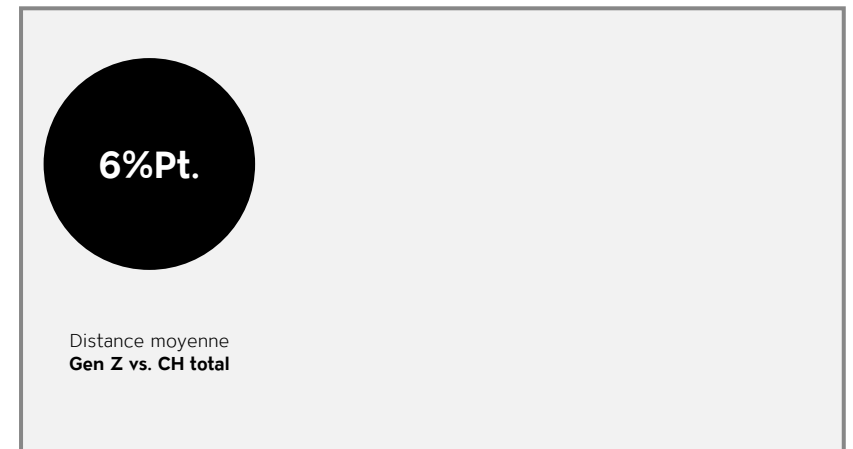


Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614

# Attitude envers les aliments

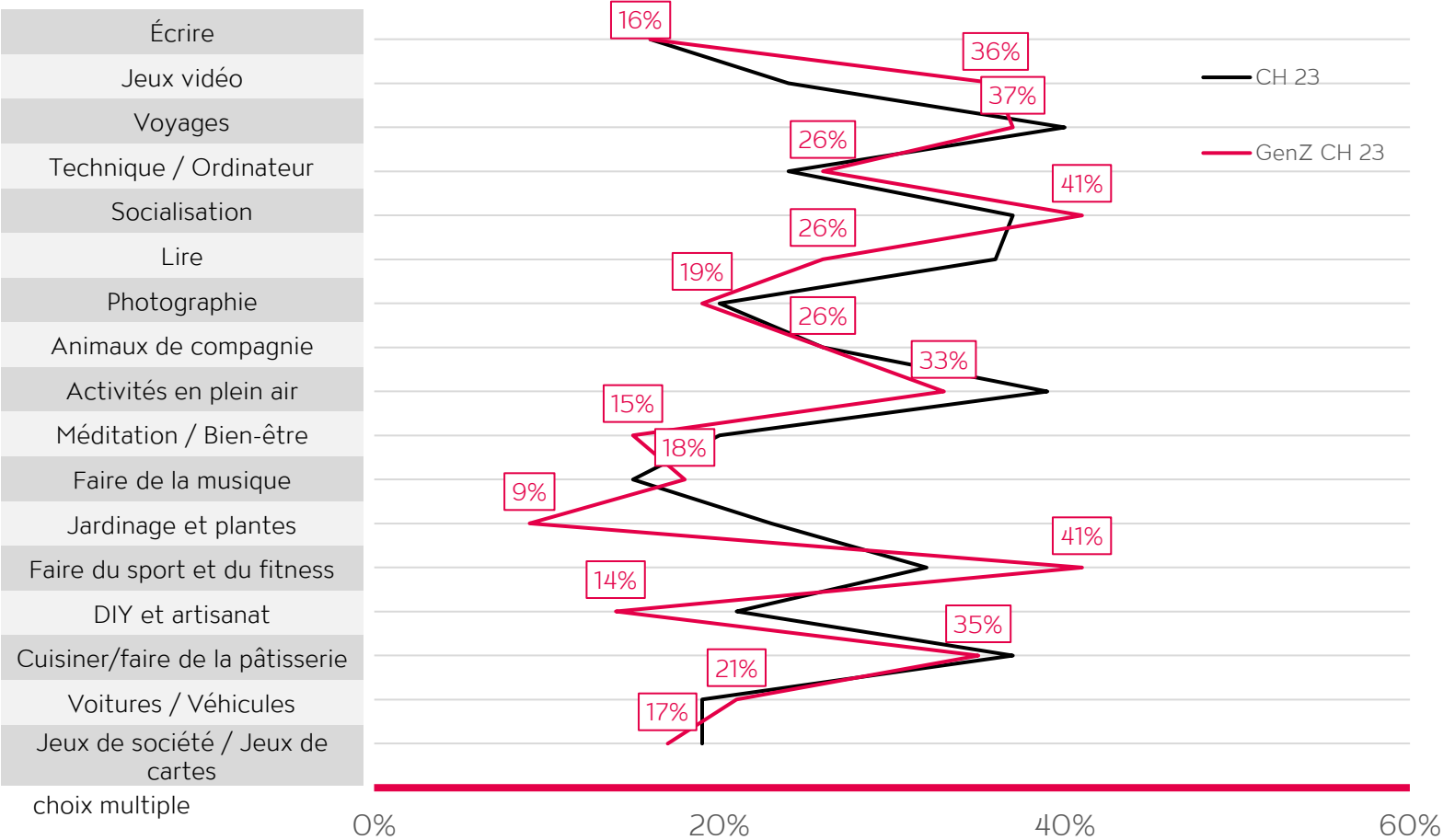


Parmi les affirmations suivantes concernant les aliments, lesquelles sont d'accord avec vous?

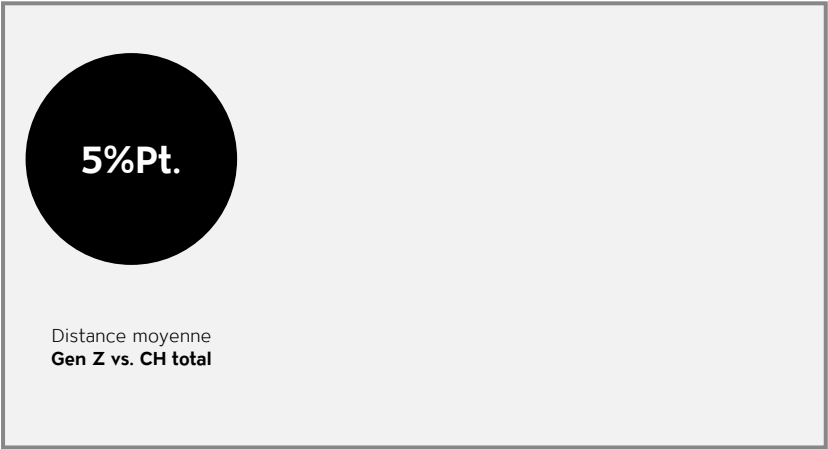


Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614

# Loisirs et activités

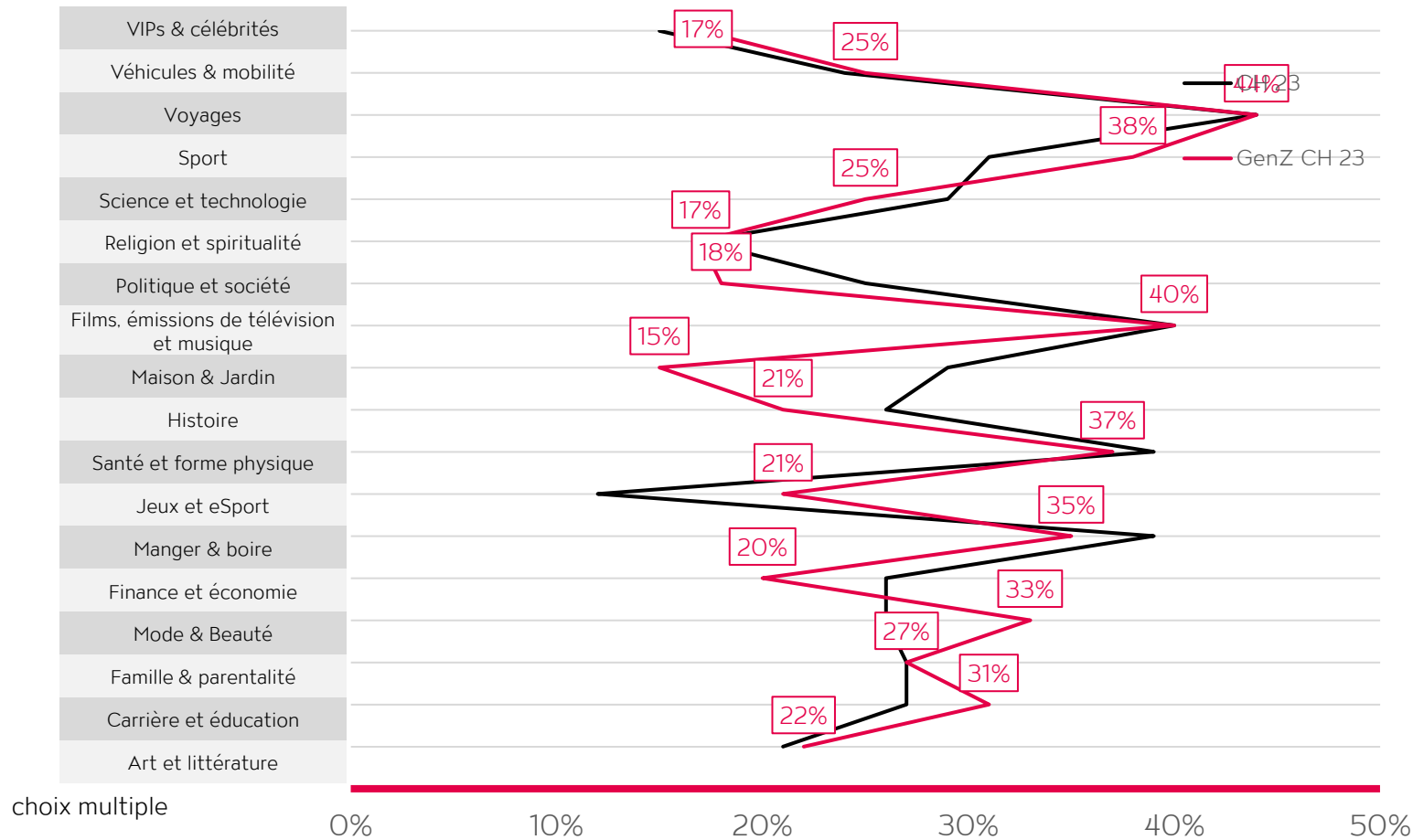


Quels sont vos hobbies et activités personnels?

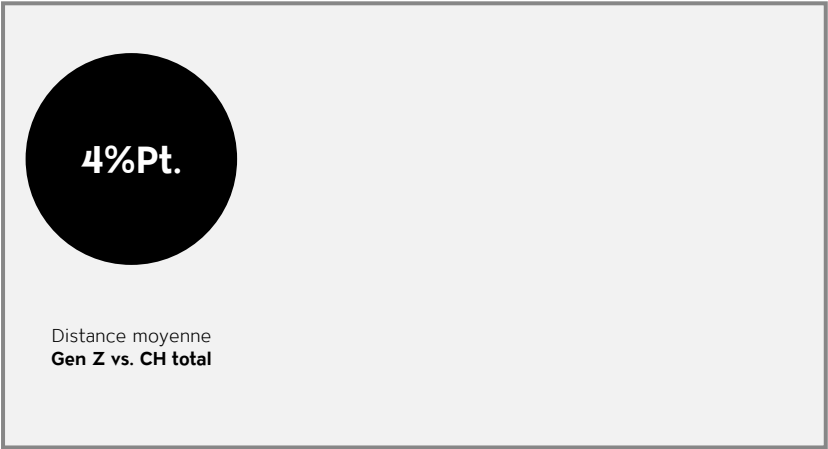


Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614

# Intérêts

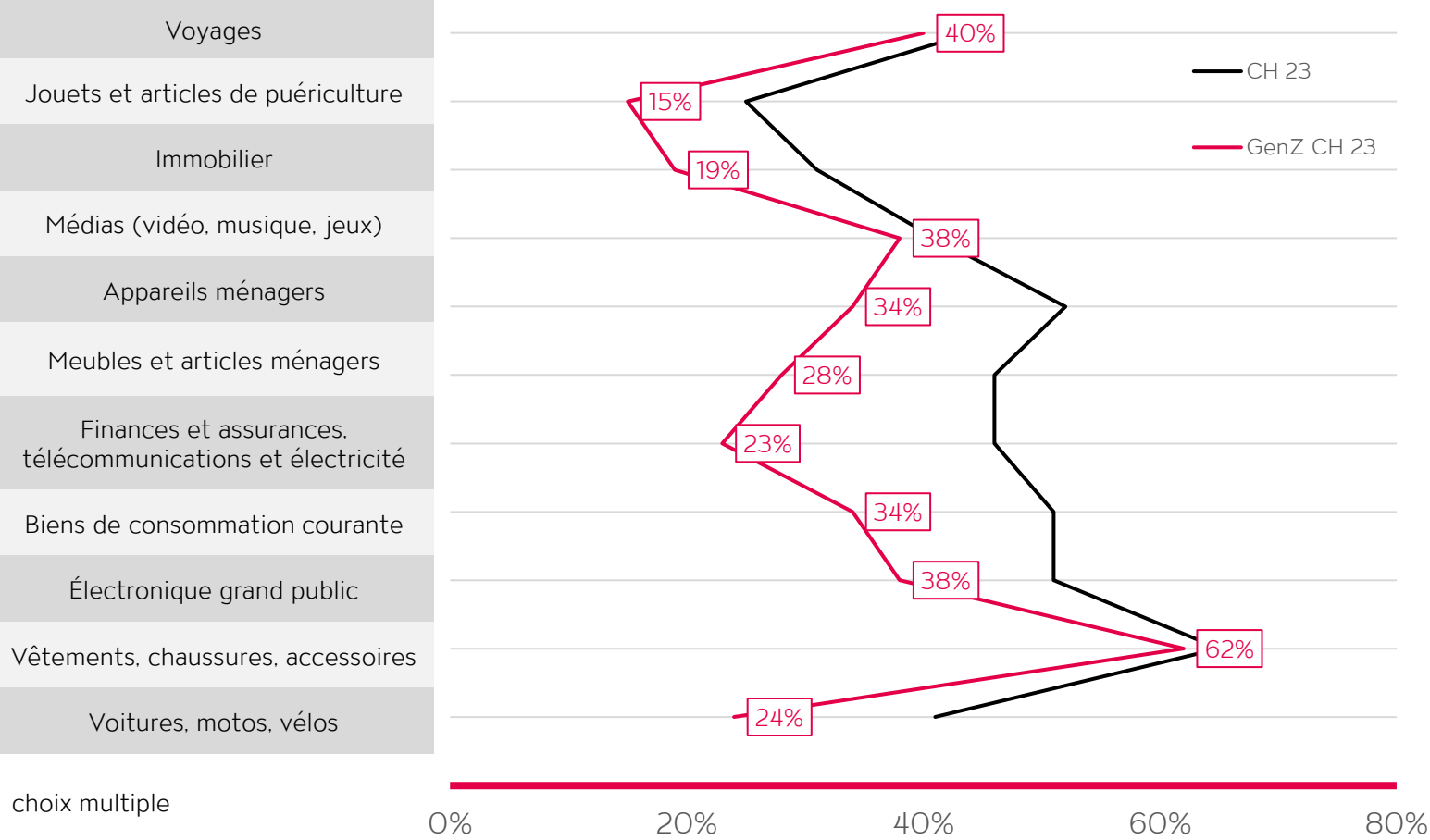


Quels sont les sujets qui vous intéressent personnellement?



Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614

# Décideurs d'achat

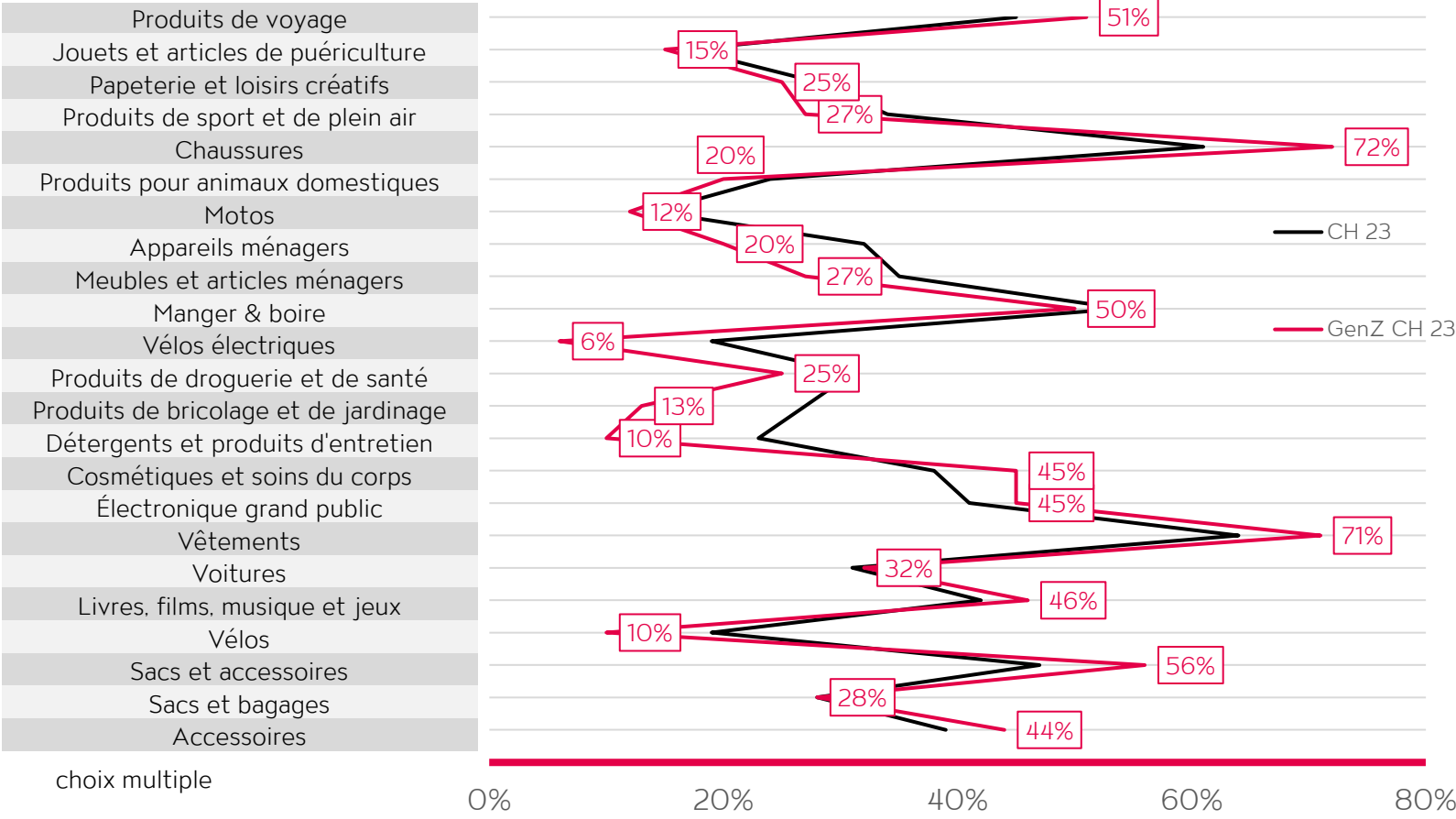


Quelle est la pratique habituelle dans votre ménage ? Dans quels domaines prenez-vous personnellement des décisions d'achat ?

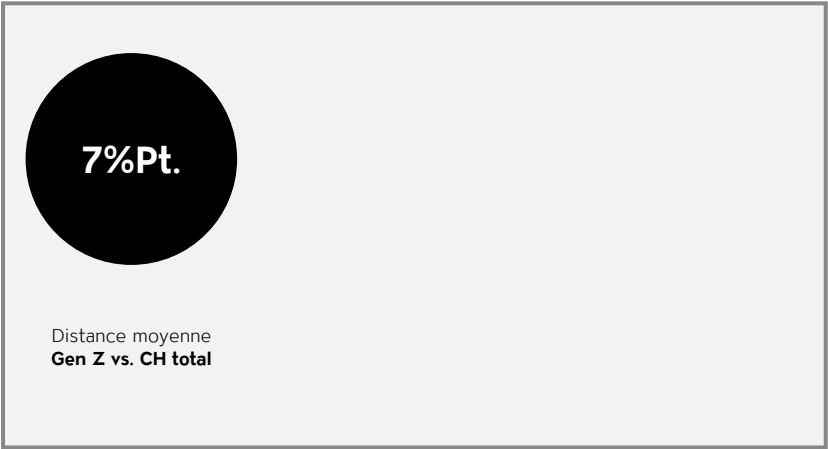


Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614

# Intérêt pour les catégories de produits



Lesquels de ces produits et services vous intéressent?

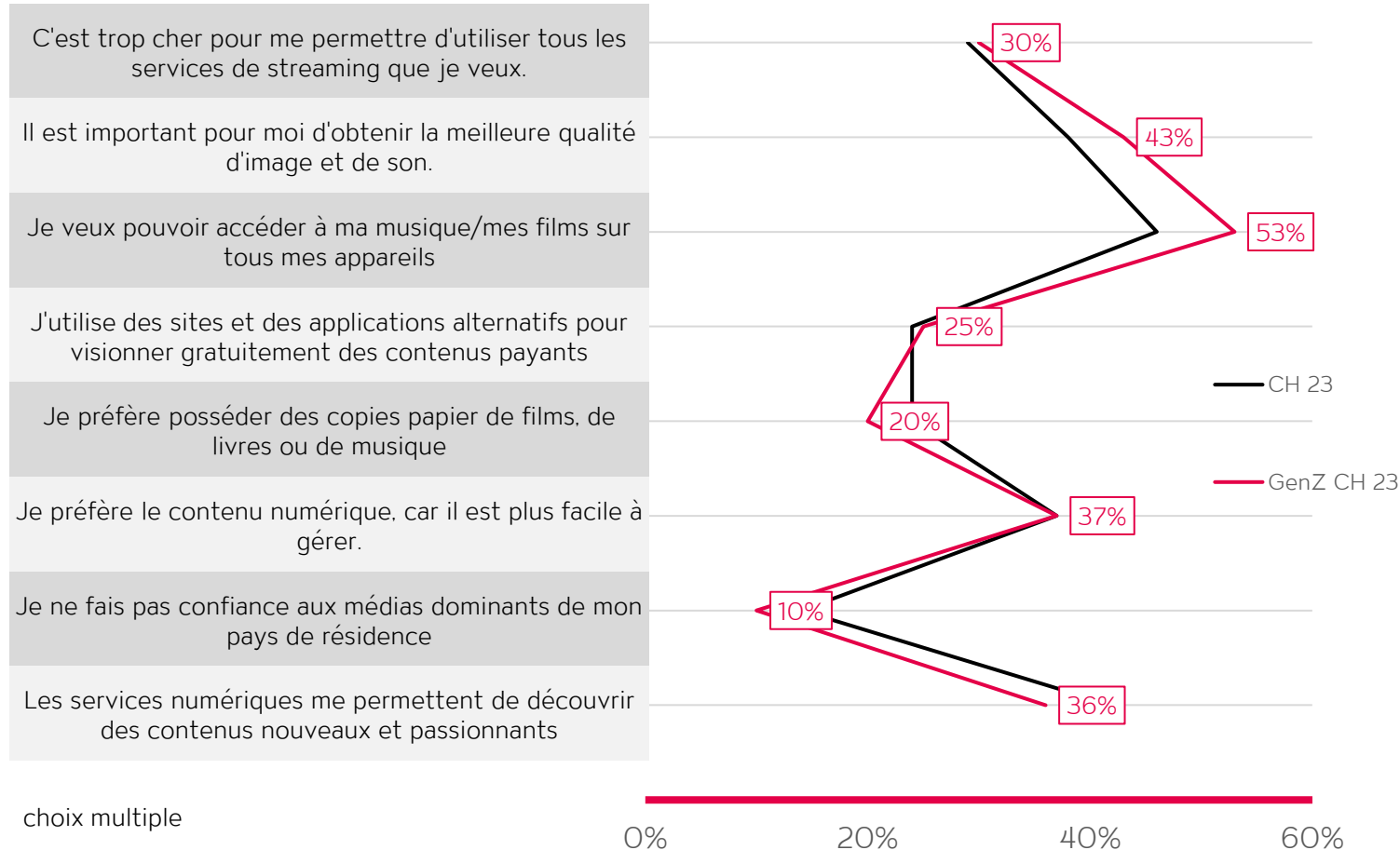


Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614

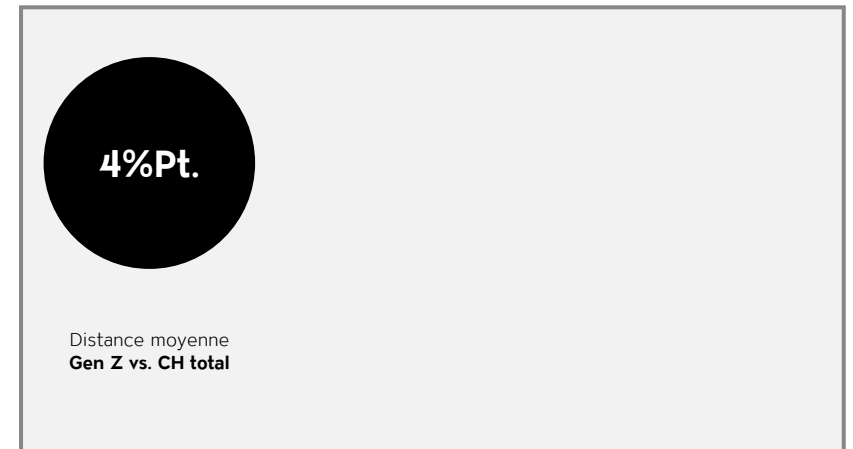


Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista Suisse (CH) 2023 n=6'234 dont n=741 de la génération Z

# Attitudes envers les médias numériques

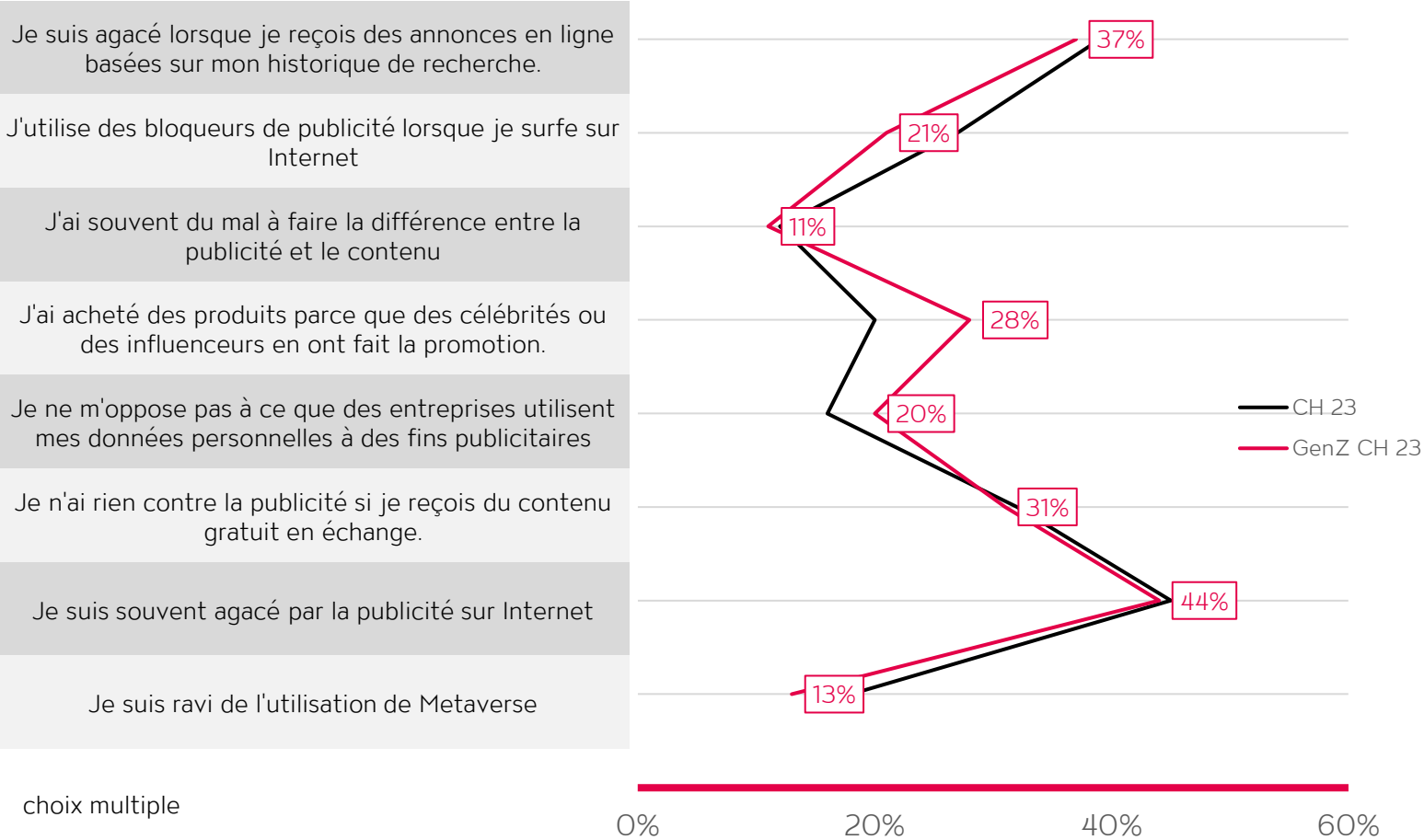


Parmi les affirmations suivantes concernant la musique, les films et les jeux, quelles sont celles avec lesquelles tu es d'accord?

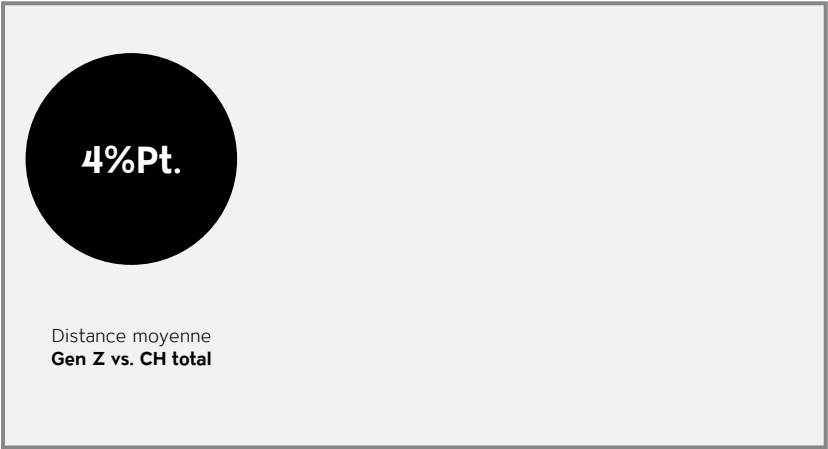


Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614

# Paramètres de la publicité en ligne

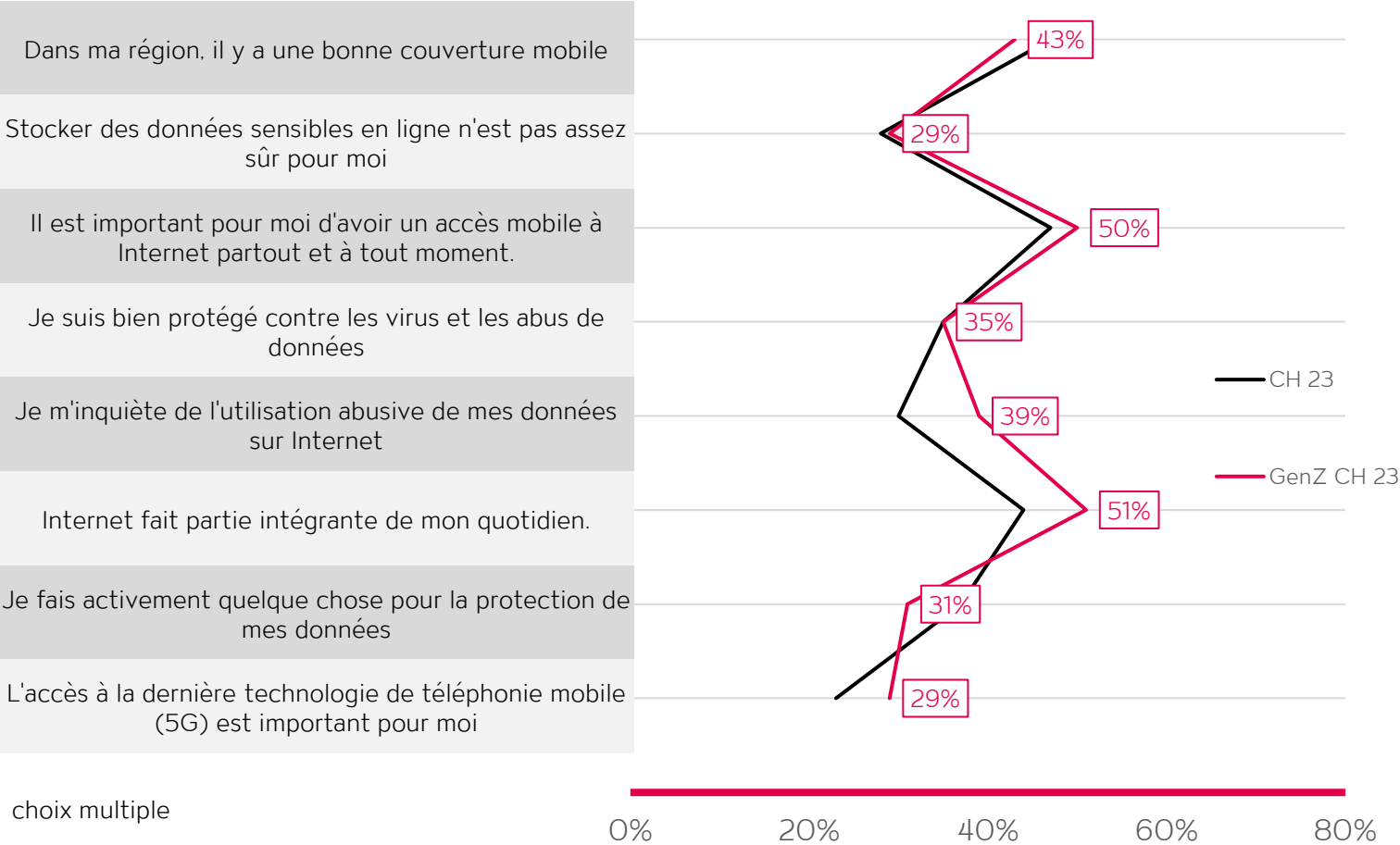


Parmi les affirmations suivantes concernant la publicité en ligne, laquelle vous convient le mieux?

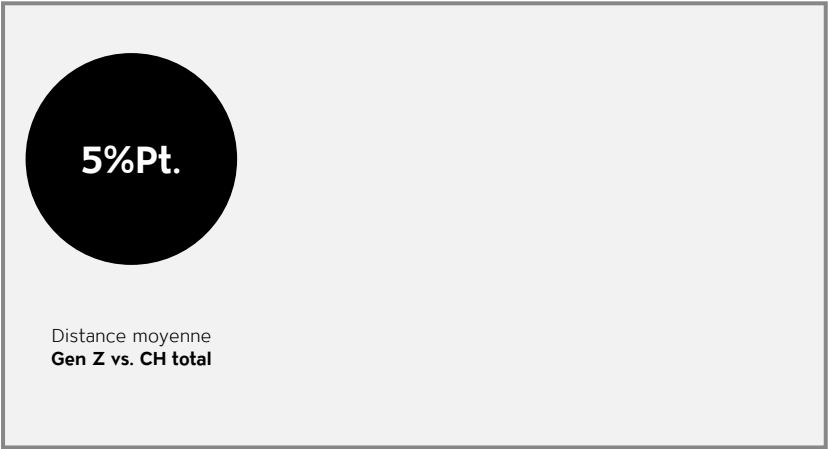


Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614

# Réglages concernant Internet



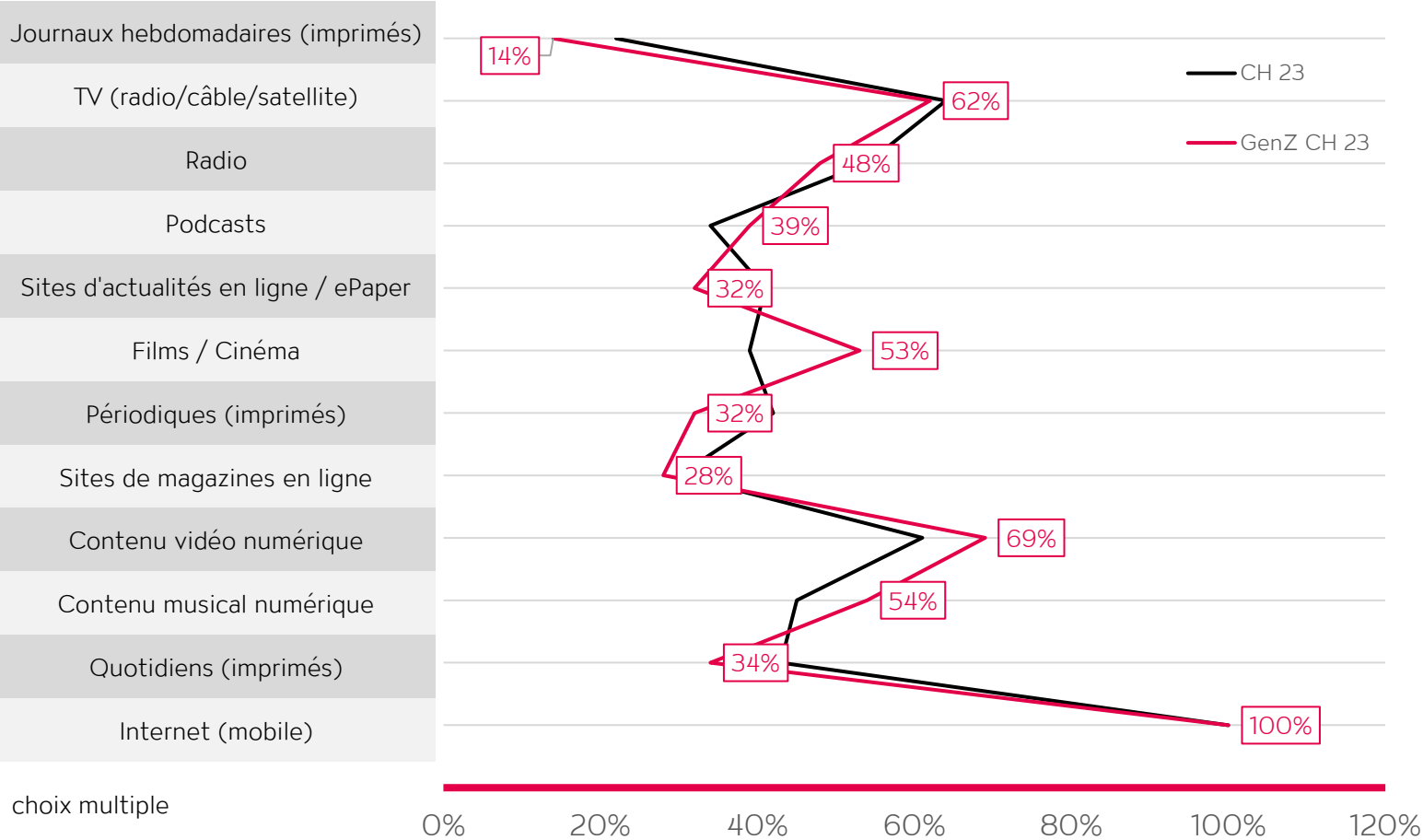
Parmi les affirmations suivantes concernant Internet, lesquelles s'appliquent à vous?



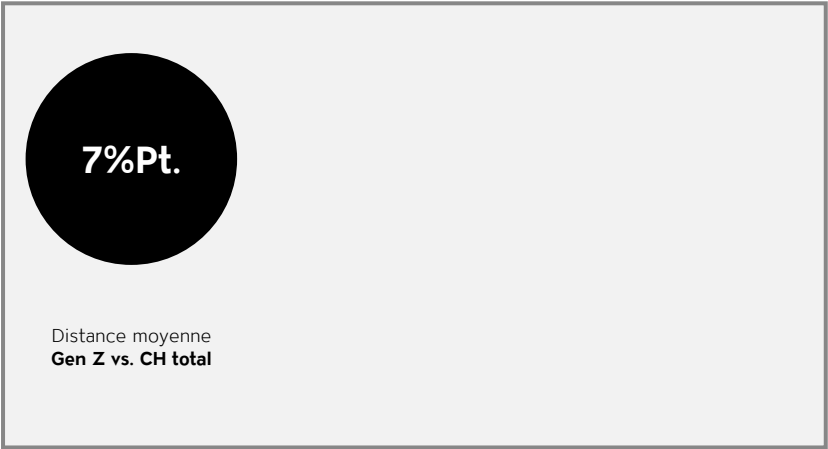
Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614

# Utilisation des médias

Effets moyens, surtout dans le domaine du cinéma/de l'impression. En général, les effets de marché sont les plus importants



Quel type de média avez-vous utilisé au cours des 4 dernières semaines?



Source: Global Consumer Survey (GCS) de Statista  
Suisse (CH) 2023 : n=6'234 dont n=741 de la GenZ | Allemagne (D) 2023 : n=36'093 |  
France (F) 2023 : n=12'177 | Suisse (CH) 2018 : n=8'614

# Merci beaucoup.

Samuel Fahrni

Spécialiste de la recherche

Courrier électronique : [samuel.fahrni@admeira.ch](mailto:samuel.fahrni@admeira.ch)

Téléphone : 058 909 97 23

Vous voulez **toujours**  
être **à jour** ?

Alors **abonnez-vous**  
**notre newsletter !**



**Inscrivez-vous maintenant !**

