

Gen Z

Décoder les nouveaux comportements financiers

Extrait de l'étude



Introduction



Pourquoi la Gen Z est-elle importante ?

Gen Z >>

Nés entre 1997 et 2012
(actuellement âgés de 11 à 26)

Millennials

Nés entre 1981 et 1996
(actuellement âgés de 27 à 42)

Génération X

Nés entre 1965 et 1980
(actuellement âgés de 43 à 58)

Les baby-boomers

Nés entre 1946 et 1965
(actuellement âgés de 59 à 77)

Source: Forum Oliver Wyman

© Oliver Wyman Forum

25%

de la population mondiale appartiennent à la Gen Z aujourd'hui

13% de la population française âgée de plus de 18 ans

27%

de la main-d'œuvre seront de la Gen Z d'ici 2025

7 milliards \$

d'influence totale sur les achats

Gen Z : La génération « plus que... »

Maîtrise des outils numériques

Eduquée

Diversité ethnique

Anticonformisme

Fluidité des genres

Susceptible de recevoir des informations erronées provenant de sources en ligne

Diversité, ouverture sur le monde, tolérance et inclusion

Affectée par le changement climatique

Différente des générations précédentes

Avec laquelle il est difficile de se connecter

Susceptible de perturber plusieurs activités économiques

La Gen Z, la génération qui change tout

Une génération plus concernée



69% de la Gen Z ressentent de l'anxiété face à l'avenir (+10 points par rapport aux Millennials)

Une génération mal dans sa peau



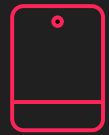
1.9 fois plus susceptible que les autres générations de souffrir de problèmes de santé mentale

Une génération qui investit plus



La Gen Z est **2 fois plus susceptible** d'investir que les Millennials au même âge (et 2,2 fois de plus que la Gen X)

Une génération plus mobile



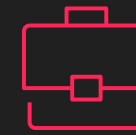
60% s'informent via les réseaux sociaux. Ils sont également **2 fois moins** susceptibles d'utiliser les chaînes d'information nationales par rapport aux autres générations

Une génération « multi-canaux »



4 fois plus de chances d'acheter en ligne ou via les réseaux sociaux par rapport aux achats physiques en magasin

Une génération qui travaille pour vivre et non l'inverse



60% recherchent l'équilibre et l'épanouissement dans d'autres domaines que le travail

Comment la Gen Z redessine le paysage financier



L'étude met en lumière les préoccupations de la GenZ, leurs besoins de conseils et leurs différences avec les autres générations

Les données de l'enquête concernent...

... et permettent aux acteurs financiers d'identifier les actions clés pour rester en phase avec la Gen Z



La France

(des enquêtes similaires ont été menées au Royaume-Uni et aux Etats-Unis avec des résultats comparables)



Diversifier la **stratégie d'engagement des clients**



+1000 participants



Favoriser l'innovation pour **remodeler l'offre produit**

Effectifs par générations	Genres	Revenus
18-26 ans (Gen Z)	501	52% de femmes
27-42 ans (Millennials)	159	
43-48 ans (Gen X)	183	
+ 59 ans (Baby-boomers & autres générations)	161	72% des revenus des ménages < 50 000 €



Créer une **communication plus authentique** qui lui correspond

Source: Forum Oliver Wyman

Une génération plus volatile que les générations précédentes et qui investit fortement dans les banques en ligne

La Gen Z est plus vigilante et plus mobile que les générations précédentes



Plus mobile...

30% ont changé ou prévoient de changer de prestataire au cours des derniers / prochains mois

~X2 vs. Non-Gen Z



Plus digitale...

50% sont prêts à passer d'une banque traditionnelle à une banque en ligne
>10% sont déjà clients d'une banque en ligne



... Valorise plus de transparence

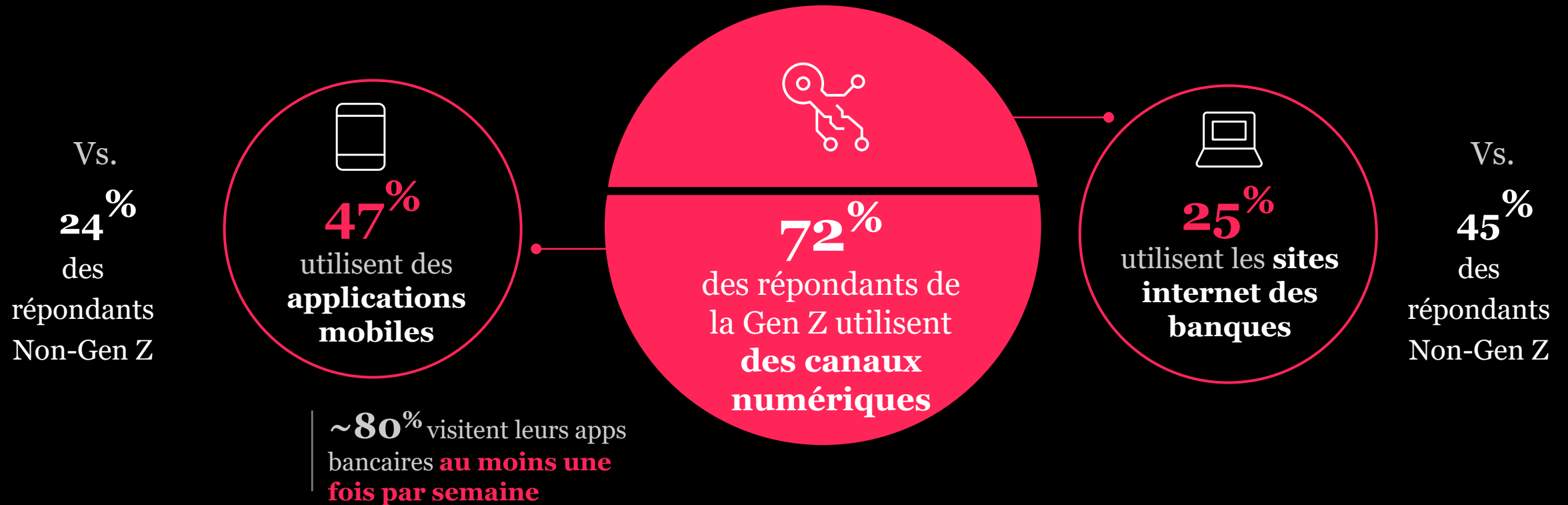
~70% déclarent que le manque de transparence est une des raisons principales en cas de changement de banque

Source: Enquête Oliver Wyman – septembre 2023 – N=1,004 (dont 501 personnes interrogées appartenant à la Gen Z)

Les GenZ privilégient les canaux digitaux pour gérer leurs finances et plus particulièrement les applications mobiles

Lorsque la Gen Z interagit avec ses banques...

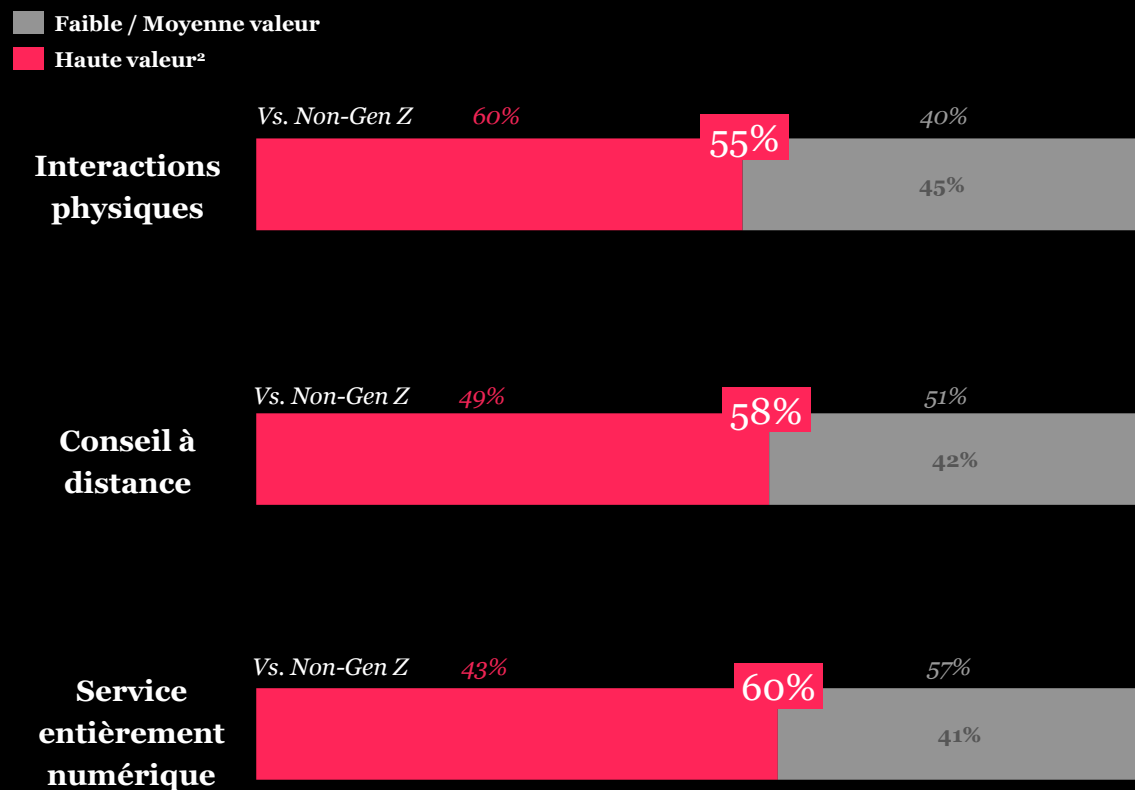
% de répondants qui utilisent chaque canal, tous produits financiers confondus¹



1. Les personnes interrogées ont été invités à sélectionner leur canal préféré (agence, site internet, app) lorsqu'ils traitent avec plusieurs produits financiers (compte courant, carte de crédit, etc.) – les proportions ci-dessus sont calculés tous produits financiers confondus | Source: Enquête Oliver Wyman – septembre 2023 – N=1,004 (dont 501 personnes interrogées appartenant à la Gen Z)

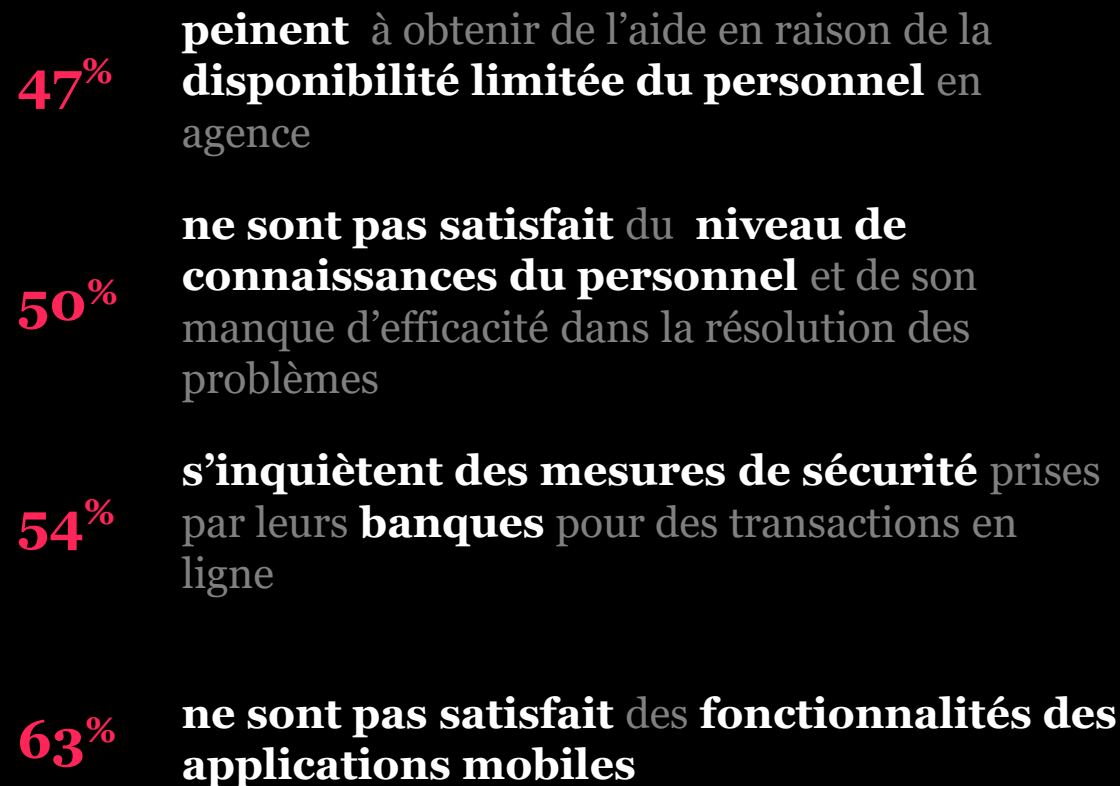
La Gen Z valorise le conseil à distance et un service entièrement numérique pour des raisons d'accessibilité et d'efficacité

Services clients préférés pour des opérations bancaires du quotidien – % de réponses de la Gen Z par type de services clients¹



1. Les personnes interrogées ont été invitées à attribuer une note de 1 (la plus faible) à 7 (la plus élevée) à différents services client (interactions physiques, à distance, numérique). 2. Les proportions ci-dessus tiennent compte des notes de 5 à 7 | Source: Enquête Oliver Wyman – septembre 2023 – N=1,004 (dont 501 personnes interrogées appartenant à la Gen Z)

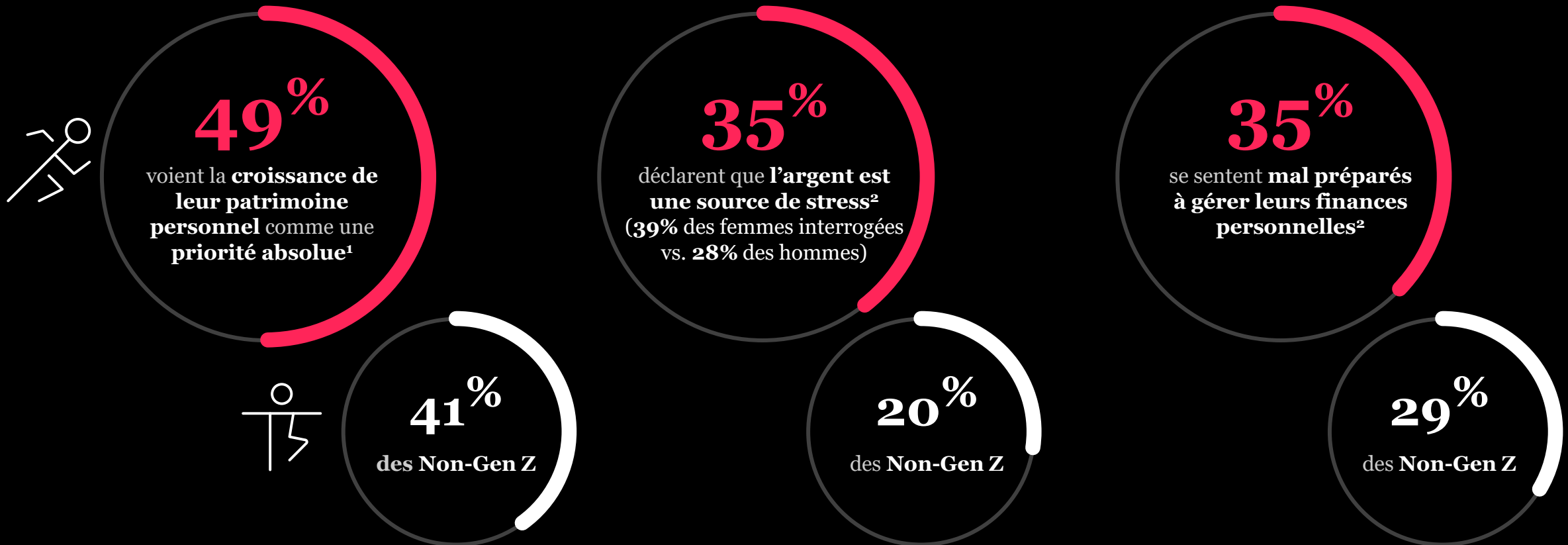
Principales raisons pour lesquelles les clients de la Gen Z sont insatisfaits à l'égard des divers services¹



1. Les personnes interrogées ont été invitées à attribuer une note de 1 (la plus élevée) à 7 (la plus faible) à diverses affirmations concernant leur sentiment à l'égard des différents canaux (agences, site internet, apps) – les proportions ci-dessus tiennent compte des notes de 1 à 3 | Source: Enquête Oliver Wyman – septembre 2023 – N=1,004 (dont 501 personnes interrogées appartenant à la Gen Z)

Les 18-26 ans investissent plus tôt et plus vite que leurs aînés mais sont plus anxieux sur la gestion quotidienne de leurs finances

La Gen Z se comporte différemment avec l'argent et ressent plus d'anxiété face à la gestion de ses finances

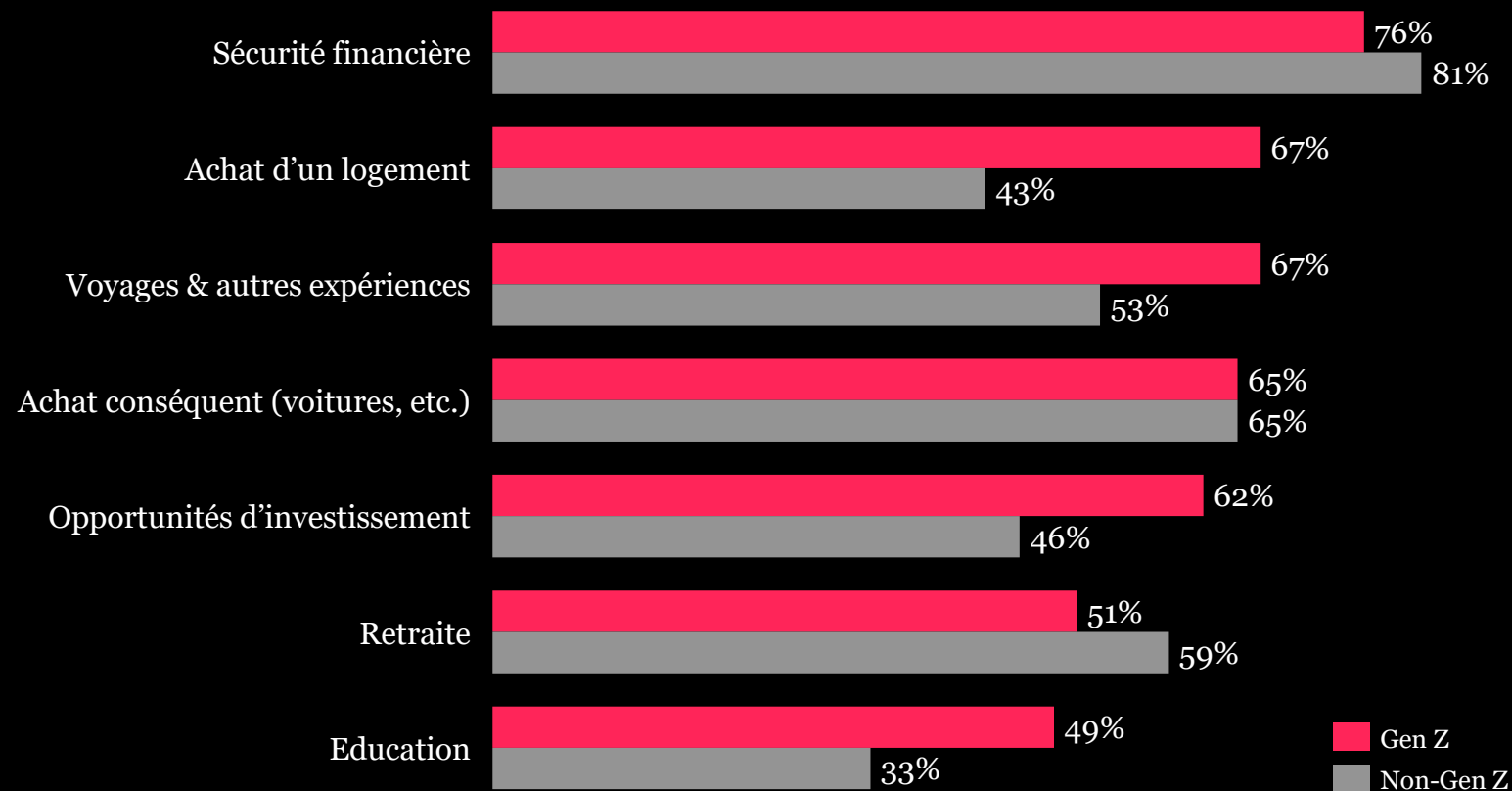


1. Les personnes interrogées ont été invitées à évaluer de 1 (élevé) à 7 (faible) plusieurs affirmations – les proportions ci-dessus tiennent compte des notes de 1 à 3 considérées comme étant élevées 2. Les personnes interrogées ont été invitées à évaluer de 1 (faible) à 7 (élevé) plusieurs affirmations – les proportions ci-dessus tiennent compte des notes de 5 à 7 considérées comme étant élevées | Source: Enquête Oliver Wyman – septembre 2023 – N=1,004 (dont 501 personnes interrogées appartenant à la Gen Z)

La Gen Z est la génération la plus susceptible d'épargner : >75% considèrent la sécurité financière comme la raison principale

Principales raisons motivant l'épargne¹

% de réponses, Gen Z vs. Non-Gen Z



1. Les personnes interrogées ont été invitées à évaluer de 1 (faible) à 7 (élevé) les différentes raisons pour lesquelles ils seraient amenés à épargner – les proportions ci-dessus tiennent compte des notes de 5 à 7 comme étant les évaluations les plus élevées | Source: Enquête Oliver Wyman – septembre 2023 – N=1,004 (dont 501 personnes interrogées appartenant à la Gen Z)

Commentaires

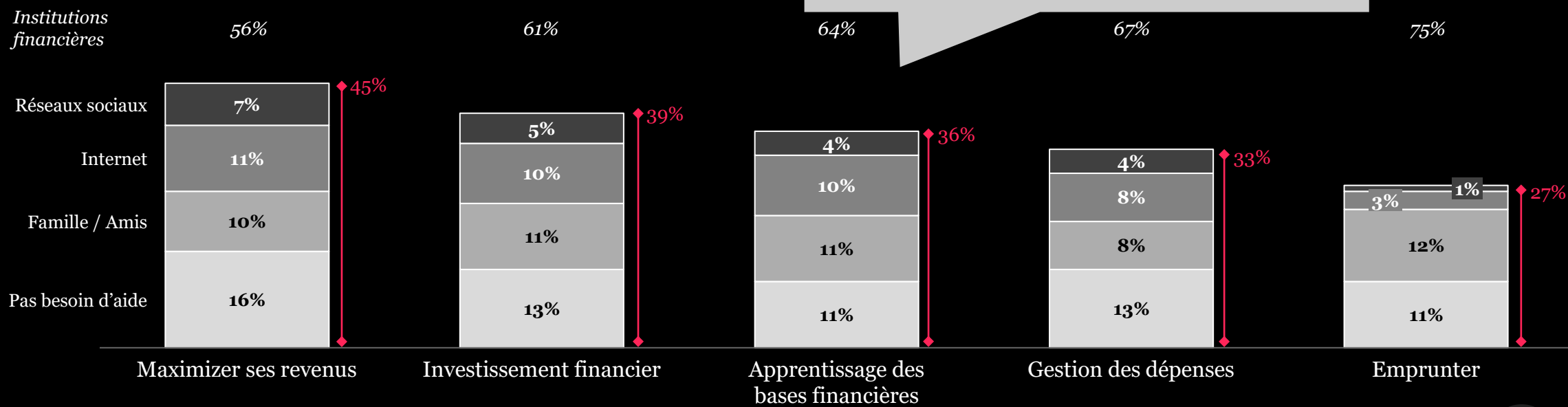
- La Gen Z est peut-être la génération la plus dépensière (42% d'entre eux affirment dépenser leur argent dans ce qui leur fait plaisir) mais elle est aussi **la plus susceptible d'épargner**
- **3 personnes sur 4** considèrent la **sécurité financière** comme une priorité absolue en matière d'épargne, suivie par l'achat d'un logement, voyager et d'autres achats conséquents (voiture, appareils électroniques, etc.)

La Gen Z est autonome et informée : ~30 % vont vers les réseaux sociaux, internet ou leur entourage pour apprendre les bases de l'investissement

La Gen Z demande désormais conseil pour ses finances via de nouveaux canaux

% de réponses (Gen Z) par activité financière

50% de la Gen Z apprennent les bases de l'investissement sur les réseaux sociaux, selon une enquête menée auprès de 10 000 personnes aux États-Unis et au Royaume-Uni.



18% apprennent à maximiser les revenus sur internet et les réseaux sociaux

26% sont plus enclins à demander conseil à leur entourage ou via les canaux numériques

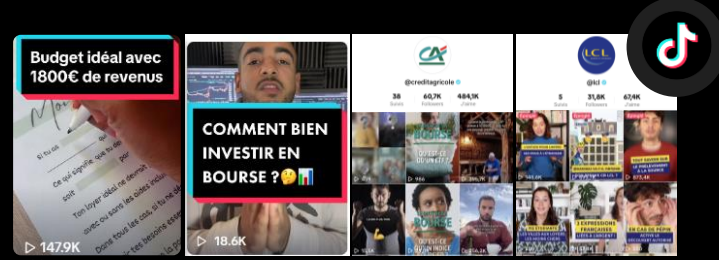


Illustration avec TikTok

Source: Enquête Oliver Wyman – septembre 2023 – N=1,004 (dont 501 personnes interrogées appartenant à la Gen Z)

Enseignement clés de l'enquête

L'inévitable passage au numérique

▶ Les canaux numériques sont désormais largement utilisés et privilégiés par toutes les générations (72% de la Gen Z et 60% des Non-Gen Z) pour des raisons de commodité, d'efficacité et d'accessibilité

Une nouvelle génération d'investisseurs

▶ Les investisseurs de la Gen Z le font plus tôt et à un rythme plus élevé que les générations précédentes (45% plus susceptibles d'investir que les Millennials) ; les institutions financières devraient ainsi repenser leur offre et fournir davantage de contenu de formation

L'essor du conseil à distance

▶ Les clients accordent toujours de l'importance aux interactions physiques mais le conseil à distance est en passe de changer la donne : 60% des membres de la GenZ préfèrent ce type de service

Un changement de paradigme culturel

▶ Les réseaux sociaux suscitent l'enthousiasme et contribuent à démocratiser la gestion de ses finances personnelles : ~20% de la Gen Z préfèrent utiliser les réseaux sociaux, internet et les membres de leur entourage proche pour demander conseil

Contacts

Extrait de l'étude Oliver Wyman France:
“GenZ, comment va-t-elle façonner l'avenir du secteur financier ? Décryptage de leurs comportements financiers et de leurs attentes.”

Pour plus d'informations:
Sébastien Declercq, Partner –
sebastien.declercq@oliverwyman.com

Vanessa Lopes Rodrigues, Principal –
vanessa.lopesrodrigues@oliverwyman.com

