

# GÉNÉRATION INCERTITUDE : COMPOSER, ARBITRER, REBONDIR

*Décryptage sociologique des jeunes  
générations*

16 décembre 2025



/01



## **UN MONDE INCERTAIN QUI MARQUE LES TRAJECTOIRES**

# L'INCERTITUDE COMME TOILE DE FOND : UNE JEUNESSE FAÇONNÉE PAR LES CRISES

Les jeunes générations ont grandi dans une succession de crises : **environnement, santé, économie, géopolitique, surcharge cognitive**. Cette instabilité crée un climat anxiogène persistant.

**1**

Le **pouvoir d'achat s'améliore légèrement début 2025** mais l'insécurité reste présente

**2**

**41%**

des jeunes sont **inquiets face à l'avenir climatique**

**3**

**63%**

estiment **ne pas être écouté-es** par les décideurs et décideuses politiques

# DES CHOIX DE VIE SOUS PRESSION

Les choix d'orientation de carrière sont précoces, mais marqués par l'incertitude. La jeune génération cherche à allier passion et sécurité, mais peinent à lire clairement les opportunités.



**65%**

réfléchissent à leur avenir dès l'école obligatoire



**56%**

prennent leur décision juste après cette étape



**1/3**

changent d'orientation durant leur parcours



**65%**

s'orientent selon leurs intérêts; **39 %** selon les débouchés

# DES CONVICTIONS ÉCOLOGIQUES AU CŒUR DES CRITÈRES DE CONFIANCE

Dans un monde perçu comme instable, la recherche de cohérence devient centrale. **L'écologie émerge comme un critère clé de crédibilité**, que ce soit dans leurs choix de vie ou dans leur regard sur les marques et les institutions.



**40%**

considèrent une marque engagée si elle défend des **valeurs écologiques**



**67 %**

estiment que **changer les habitudes du quotidien** est le **principal levier** pour atteindre les objectifs climatiques

**/02**



## **FAIRE AVEC : QUAND LES JEUNES AJUSTENT LEUR QUOTIDIEN**



# ENTRE VALEURS ET RÉALITÉS : LA CONSOMMATION SOUS ARBITRAGE

Les jeunes affichent des **valeurs fortes**, mais dans les **faits, leurs choix sont dictés par des contraintes économiques**. L'écart entre discours et comportements reflète une tension, non une hypocrisie.



Seuls **14%** prennent  
en compte l'impact socio-  
écologique dans leurs  
achats



**70%**  
priorisent **qualité et prix**



# TRAVAILLER AUTREMENT : PLUS DE SENS, D'ÉQUILIBRE ET DE RECONNAISSANCE

**78%** recherchent un employeur engagé sur :

- **santé mentale**
- **environnement**
- **justice sociale**



**42%**

ont déjà vécu un **burn-out**



**37%**

estiment que leur employeur **néglige leur santé mentale**



# MÉDIAS ET INSTITUTION : LA DÉFIANCE COMME RÉFLEXE DE PROTECTION

L'accès à l'information est massif, mais la confiance est rare. Les jeunes développent des stratégies de tri, **cherchent des formats incarnés et rapides** et s'appuient davantage sur leur entourage que sur les institutions.



**71%** utilisent les réseaux sociaux comme source principale d'info



**91%** préfèrent le format vidéo



**63%** s'appuient sur leur entourage pour s'informer



**58%** veulent un accès gratuit à l'information



**43%** doutent de l'impact réel de leur vote

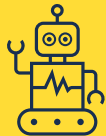
**/03**



## **SE CONSTRUIRE SANS MODE D'EMPLOI**

# L'IA ET LE DIGITAL COMME LEVIERS D'AUTONOMIE

Les jeunes utilisent l'IA et les outils digitaux pour reprendre la main sur leur quotidien. L'humain reste valorisé, mais il n'est plus un prérequis.



**53%**

utilisent **ChatGPT** ou une IA lors de leurs achats



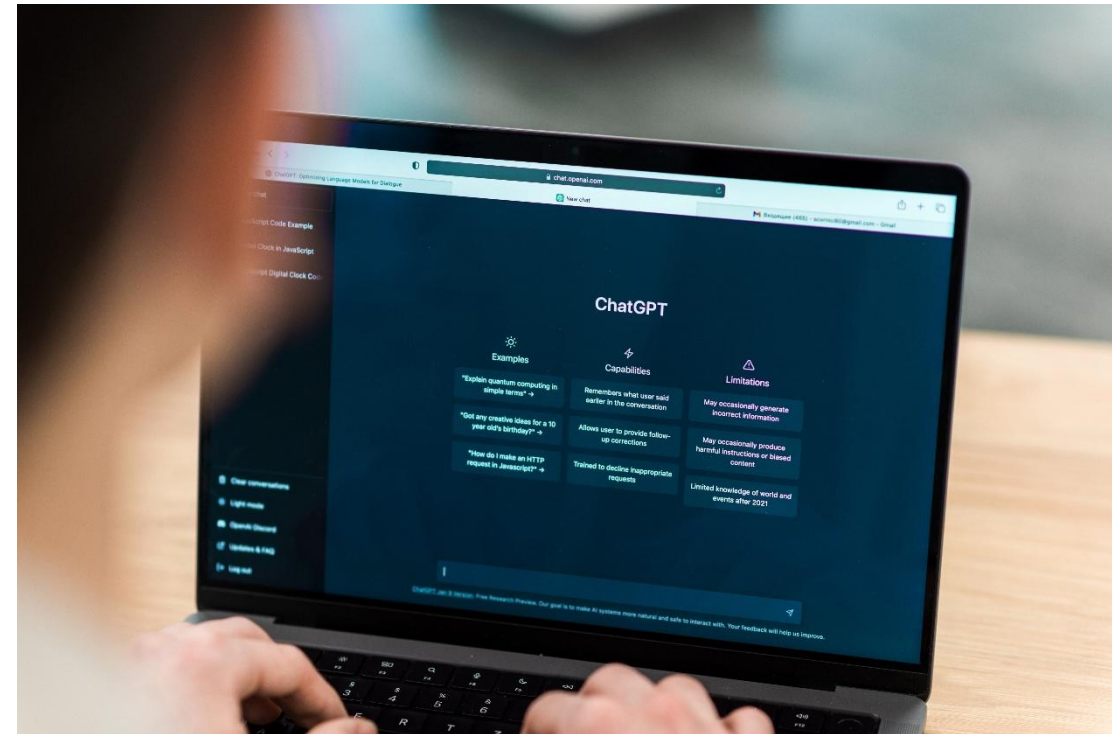
**52%**

font **confiance** aux services bancaires **100%** en ligne



**67%**

jugent le **contact humain** essentiel dans leur relation bancaire



# INVENTER SA VOIE

Face au flou, les jeunes veulent créer **leurs propres trajectoires**. L'entrepreneuriat séduit, mais les outils et soutiens manquent.



**38%**

envisage de **créer**  
une entreprise



Besoin de **formation,**  
**de clarté,**  
**d'accompagnement**  
structurant





# UNE GÉNÉRATION BOUSSOLE : NAVIGUER PLUS QUE PRÉVOIR

La jeune génération n'attend pas des garanties, mais des outils pour composer avec l'incertitude. Elle veut de la clarté, du concret et des marques capables de tenir leur promesse de protection.

## Composer

avec un monde instable, sans renoncer à ses valeurs

## Arbitrer

en assumant ses contradictions

## Rebondir

en expérimentant des formes nouvelles d'autonomie

# DE LA PROMESSE DE PROTECTION À LA CONFIANCE ACTIVE

- Des **offres souples**, qui s'adaptent aux parcours
- Une **information accessible et pédagogique**
- Des **engagements sociétaux visibles et cohérents**
- Une **relation hybride** : numérique quand c'est utile, humaine quand c'est essentiel
- Un **appui concret à l'autonomie** des jeunes



# MERCI !

---

Des questions ?

