

VIVA
TECHNOLOGY

LES JEUNES ET LES STARTUPS

BAROMÈTRE VIVATECH IPSOS

VIVA
TECHNOLOGY



Groupe Les Echos

GAME CHANGERS



MÉTHODOLOGIE

Étude réalisée par Ipsos via son panel Global @dvisor dans 4 pays (Allemagne, États-Unis, France et Royaume-Uni)



Auprès d'un échantillon représentatif national de 1.000 personnes par pays (âgé de 16 à 64 en Allemagne, France et au Royaume-Uni et de 18 à 64 ans aux USA).



Terrain online menée du 23 février au 9 mars 2018.





LES PRODUITS ET SERVICES STARTUPS

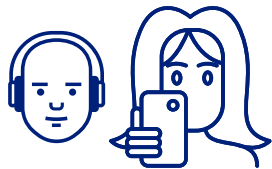
PLÉBISCITÉS PAR
LES JEUNES

VIVA
TECHNOLOGY

GAME CHANGERS



PRES DE 6 JEUNES SUR 10 CONSOMMENT DES PRODUITS & SERVICES STARTUPS



56% des moins de 35 ans déclarent utiliser des produits ou services de startups

MOINS DE 35 ANS



60%



56%



61%



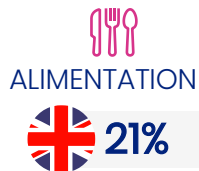
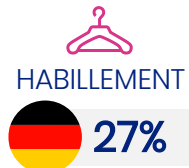
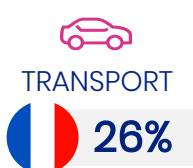
46%

CHEZ LES JEUNES, LA CONSOMMATION EST AVANT TOUT LIÉE À LA CULTURE DU PAYS



Chez les plus jeunes, c'est avant tout la **culture du pays** et probablement la visibilité des start-ups au niveau local qui fait la différence dans l'usage.

Les jeunes **font appel**
avant tout aux startups pour :



Chez les moins de 35 ans, les **motivations d'usages** sont avant tout liées :



AU PRIX
43%



L'ATTRAIT POUR
LES NOUVEAUTÉS
34%



LA RECOMMANDATION
33%

TOP USAGES DES PRODUITS DE STARTUPS PAR LES JEUNES (-DE 35 ANS) PAR PAYS

LES PRODUITS & SERVICES LES PLUS CONSOMMÉS

TOUS REpondANTS
TOUS PAYS



TRANSPORTS



SERVICES À LA
PERSONNE



HABILLEMENT

-de 35 ANS
TOUS PAYS



TRANSPORTS



SERVICES À LA
PERSONNE



ALIMENTATION

Les transports **26%**

l'habillement **20%**

Services à la personne **20%**



l'habillement **27%**

L'alimentation **26%**

Services à la personne **16%**



L'alimentation **21%**

Transports **21%**

Services à la personne **19%**



Musique **25%**

Transports **22%**

Services à la personnes **19%**



ET EN FRANCE ?



EN FRANCE,
DOUBLE
PARTICULARITÉ :

Nous avons **les jeunes de moins de 35 ans** les plus consommateurs ...

60%

... c'est également le cas des **seniors 50-64 ans** (comparé aux autres pays)

28%

Chez les moins de 35 ans en France, les **motivations d'usages** sont avant tout liées :



AU PRIX
47%



LA RECOMMANDATION
32%



QUALITÉ DES PRODUITS /
SERVICES
30%

**LE FUTUR
DE L'EMPLOI**
RÉSIDE-T-IL DANS
LES STARTUPS ?

**VIVA
TECHNOLOGY**

GAME CHANGERS



UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL QUI ATTIRE DE PLUS EN PLUS...



Que ce soit pour **y investir, y travailler** ou **créer sa start-up**, **L'ÂGE EST DÉTERMINANT** et ce quel que soit le pays : ce sont avant tout **les jeunes de moins de 35 ans** qui sont les plus partants !

63% des jeunes se disent **prêts à travailler** dans une startup plutôt que dans une entreprise traditionnelle et/ou l'administration
vs. **50%** des 35-49 ans
vs. **41%** des 50 ans et plus

Chez les jeunes de moins de 35 ans, **les raisons** qui les poussent à vouloir travailler en startups sont :



L'AMBIANCE AU TRAVAIL
ET LA CONVIVIALITÉ
41%



LE CÔTÉ INNOVANT
DE CE TYPE D'ENTREPRISE
41%



L'ESPRIT D'ÉQUIPE
36%

EN FRANCE, C'EST PRINCIPALEMENT POUR LA CONVIVIALITÉ ET LE CÔTÉ INNOVANT AINSI QUE LA QUALITÉ DE VIE



EN FRANCE,

65% des jeunes se disent **prêts à travailler dans une startup** plutôt que dans une entreprise traditionnelle et/ou l'administration
vs. **50%** des 35-49 ans
vs. **31%** des 50 ans et plus

3 principales raisons chez les jeunes Français :



L'AMBIANCE AU TRAVAIL
ET LA CONVIVIALITÉ

52%



UNE MEILLEURE
QUALITÉ DE VIE

41%



LE CÔTÉ INNOVANT
DE CE TYPE D'ENTREPRISE

40%

L'AVENTURE ENTREPRENEURIALE, LES JEUNES Y SONGENT... DIRECTEMENT



Près **d'un jeune sur deux**
envisage de **créer sa startup (48%)**
vs. **36%** des répondants au total

LES PLUS MOTIVÉS SONT :

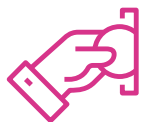


LES AMÉRICAINS
57%



LES FRANÇAIS
48%

... OU INDIRECTEMENT EN INVESTISSANT DANS UNE STARTUP



30% des répondants sont prêts à investir de l'argent dans une startup.

Ils sont **42% chez les moins de 35 ans** dans les 4 pays étudiés

vs. **29%** des **35-49 ans**.

		Tous	Moins de 35 ans
	FRANCE	26%	38%
	ALLEMAGNE	35%	46%
	USA	39%	52%
	UK	22%	33%

VIVA
TECHNOLOGY

L'UNIVERS STARTUPS, UN ECOSYSTÈME MASCULIN ?

BAROMETRE VIVATECH IPSOS
- FOCUS FEMMES -

VIVA
TECHNOLOGY



Groupe Les Echos

GAME CHANGERS





UNE CONSOMMATION

AVANT TOUT BOOSTÉE
PAR LA RECHERCHE DE
NOUVEAUTÉS ET LES
RECOMMANDATIONS

VIVA
TECHNOLOGY

GAME CHANGERS



PLUS D'UNE JEUNE FEMME SUR DEUX UTILISE DES PRODUITS DE STARTUPS



56%

des jeunes femmes utilisent
des produits de startup



vs. moyenne des femmes

LES PLUS UTILISATRICES CHEZ LES MOINS DE 35 ANS



LES FRANÇAISES
61%



LES ANGLAISES
52%

LES SERVICES UTILISÉS PAR LES JEUNES FEMMES SONT RÉVÉLATEURS DES USAGES ET DES DIFFÉRENCES CULTURELLES À L'ŒUVRE D'UN PAYS À L'AUTRE

Top 3 des services utilisés par les femmes - 35ans

Transports **29%**

Services à la personne **23%**

Santé **22%**



Musique **22%**

Transports **21%**

Éducation **20%**



Habillement **30%**

Alimentation **26%**

Services à la personne **17%**



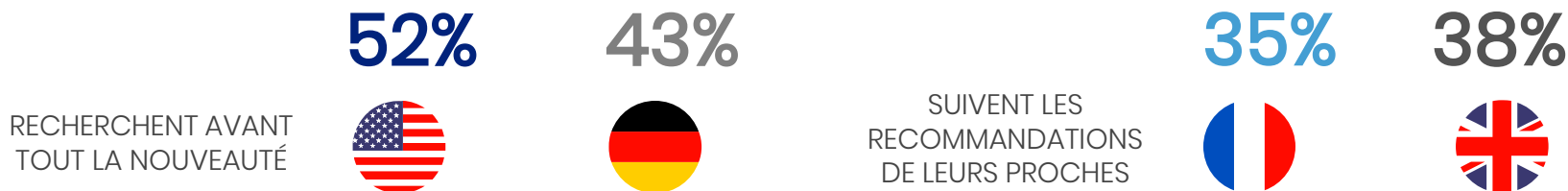
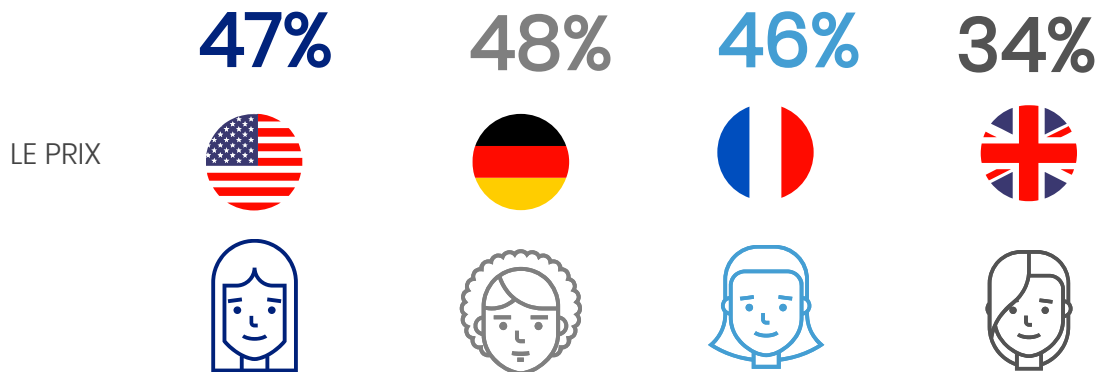
Transports **30%**

Alimentation **26%**

Services à la personne **26%**

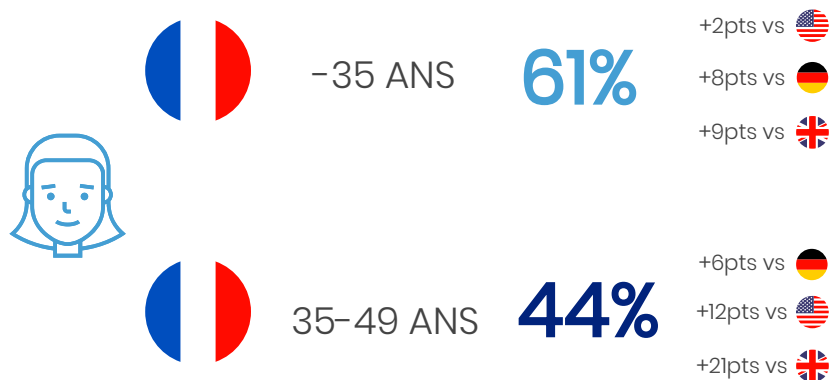


SI LE PRIX RESTE LA PREMIERE CLÉ D'ENTRÉE, QUELQUES DIFFÉRENCES S'EXPRIMENT DANS LES MOTIVATIONS D'USAGES SELON LES NATIONALITÉS (-35 ANS)



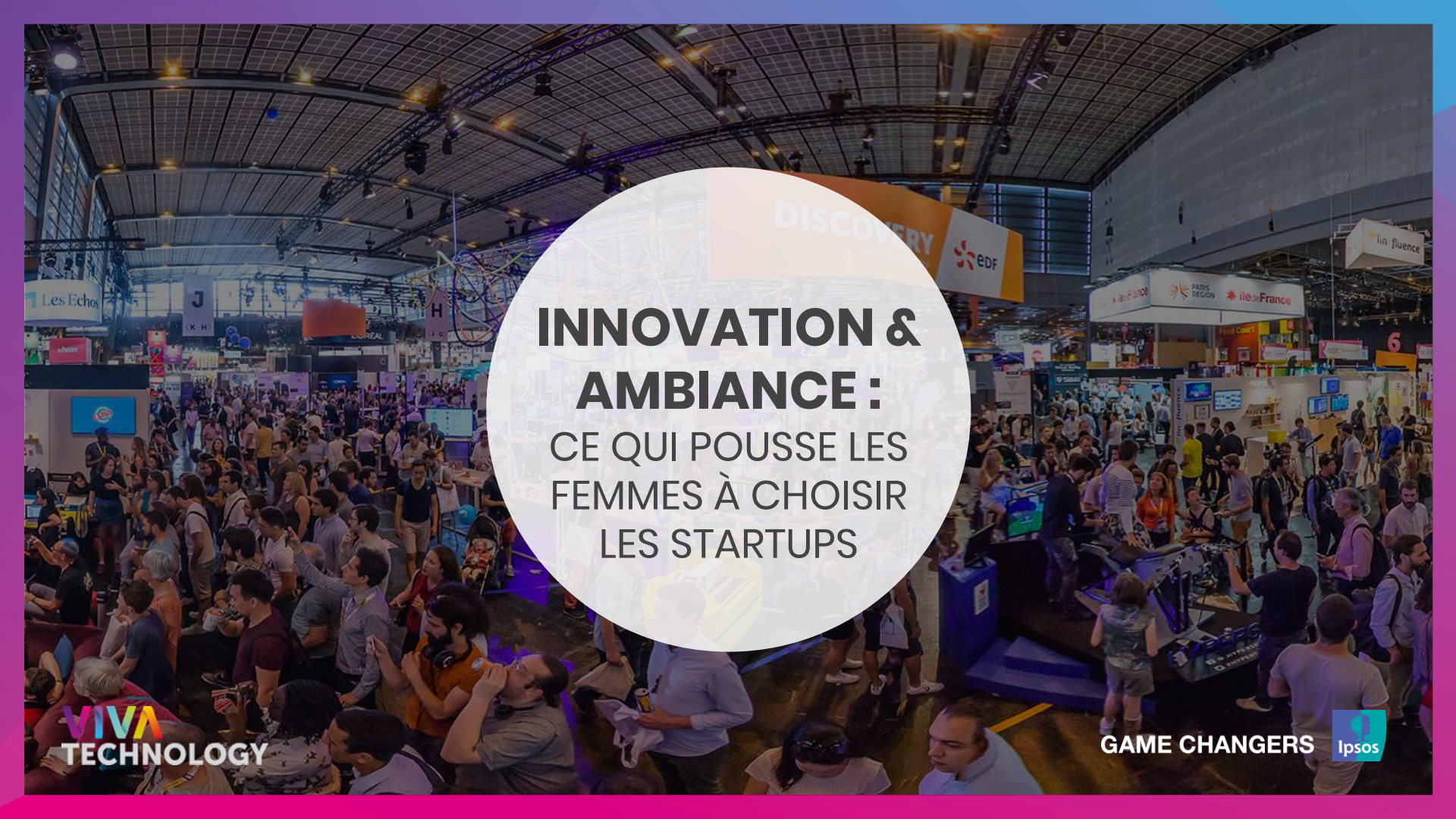
SI LES FEMMES FRANCAISES DE MOINS DE 50 ANS SONT LES PLUS CONSOMMATRICES DE PRODUITS DE STARTUP, ELLES ONT DES MOTIVATIONS ASSEZ PRAGMATIQUES.

CONSOMMATRICES DE PRODUITS ET SERVICES DES STARTUPS



TOP 3 DES MOTIVATIONS D'USAGE DE L'ENSEMBLE DES FRANCAISES





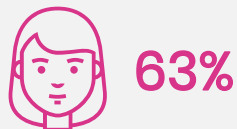
INNOVATION & AMBIANCE :

CE QUI POUSSE LES
FEMMES À CHOISIR
LES STARTUPS

LES JEUNES FEMMES SONT AUTANT MOTIVÉES QUE LES JEUNES HOMMES À TRAVAILLER EN STARTUP. EN ALLEMAGNE ELLES LE SONT MÊME ENCORE PLUS!

Seriez-vous prêt à travailler dans une startup plutôt que dans une entreprise traditionnelle et/ou dans l'administration ?

– 35 ANS TOUS PAYS



– 35 ans



66%



73%



– 35 ans



70%



60%



– 35 ans



64%



68%



– 35 ans



52%



54%

LES STARTUPS ATTIRENT LES JEUNES FEMMES SUR LA PROMESSE D'UNE AMBIANCE CONVIVIALE, ELLES PLÉBISCITENT ÉGALEMENT LEUR ESPRIT D'INNOVATION.

Pour quelles raisons souhaiteriez-vous travailler dans une startup ?



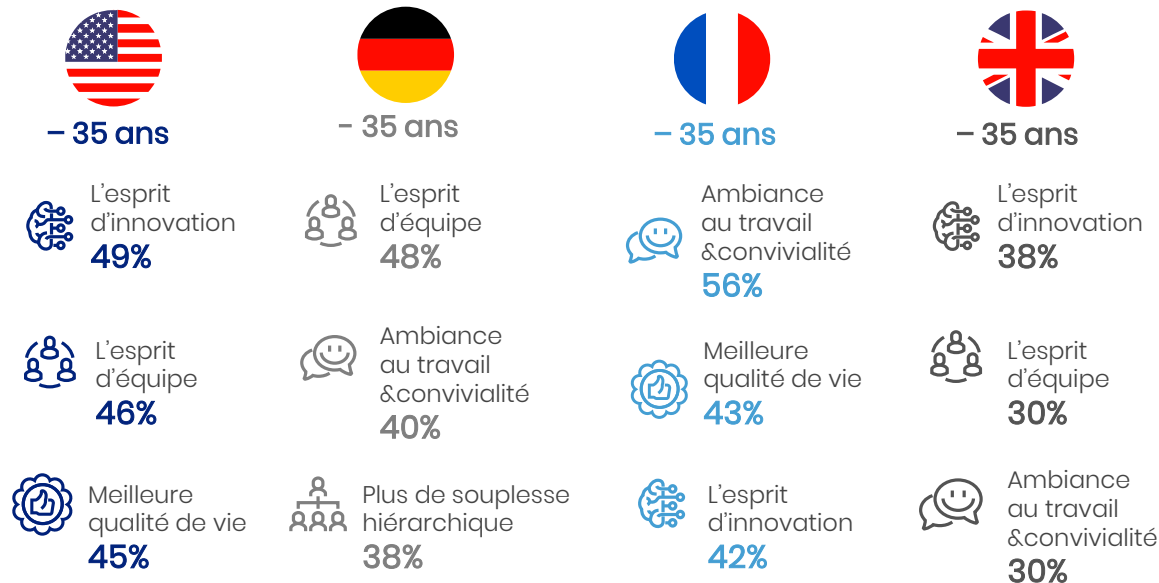
RAISON PRINCIPALE



LES RAISONS PRINCIPALES SONT A PEU PRES COMMUNES A TOUTES LES JEUNES FEMMES, LEUR CLASSEMENT HIERARCHIQUE VARIANT SELON LES PAYS.

Pour quelles raisons souhaiteriez-vous travailler dans une startup ?

RAISONS PRINCIPALES TOP 3



**LANCER
SA STARTUP :**
UN PROJET QUI SÉDUIT
AUSSI LES JEUNES
FEMMES

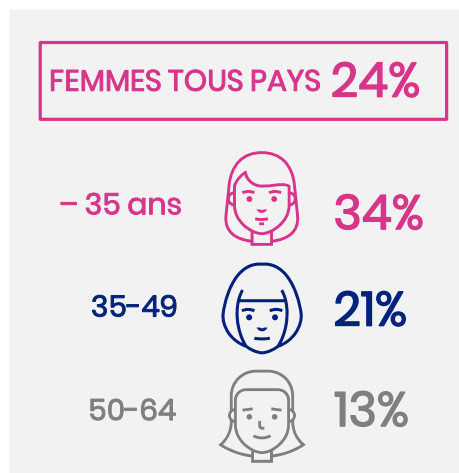
**VIVA
TECHNOLOGY**

GAME CHANGERS



PLUS ON EST JEUNE, PLUS ON ENVISAGE D'INVESTIR DANS UNE STARTUP. LES AMÉRICAINES SONT LES PLUS PARTANTES D'ENTRE-TOUTES.

Seriez-vous prêt à investir de l'argent dans une startup ?



- 35 ans



- 35 ans



- 35 ans



- 35 ans



40%



37%



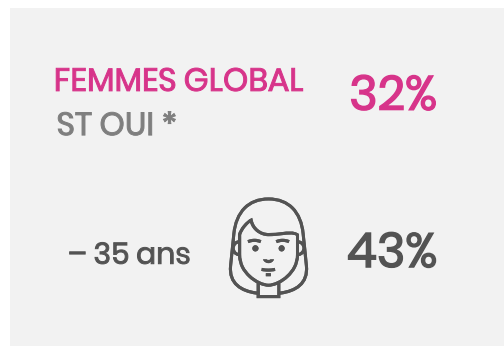
32%



28%

L'AGE EST EGALEMENT DISCRIMINANT SUR L'ESPRIT D'ENTREPRISE ET LES JEUNES FEMMES SONT PLUS MOTIVEES QUE LEURS AINEES A MONTER LEUR STARTUP.

Si cela était possible seriez-vous désireux de créer votre propre startup ?



– 35 ans



51%



– 35 ans



40%



– 35 ans



44%



– 35 ans



38%

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 88 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist – NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD). ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP
www.ipsos.com

GAME CHANGERS

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.

Nous sommes des Game Changers

RETROUVEZ-NOUS



www.ipsos.com/fr-fr



facebook.com/ipsos.fr



vimeo.com/ipsos



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)

© 2018 IPSOS. ALL RIGHTS RESERVED.

This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated companies as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.

GAME CHANGERS

