



RÉSUMÉ

TIRÉ D'UN ARTICLE DU PHILANTHROPIST

MEET GENERATION Z AND LEARN HOW TO ENGAGE THESE DIGITALLY SAVVY CHANGE-MAKERS

LA GÉNÉRATION Z, C'EST QUI?

- Elle est née entre 1997 et 2012.
- Elle est hyper connectée : elle a grandi avec internet (elle domine TikTok).
- Elle défie les modèles de travail traditionnel (quiet quitting).
- **C'est la génération la plus diversifiée ethno-culturellement et la plus éduquée.**

CE QUI ATTIRE LA GÉNÉRATION Z :

- **La quantité d'information accessible** via une page web et les réseaux sociaux.
- L'impact : le besoin de voir **des retombées concrètes et récentes**. Pouvoir apprécier les avancées en temps réel ou presque.
- **La facilité d'influencer en ligne** : la génération Z n'hésite pas à s'impliquer et repartager l'information pour influencer ses réseaux.
- Les causes qui touchent **la justice sociale** : la cause LGBTQ2S+, Black lives matter.
- 3 conditions pour s'impliquer :
 - Une concordance de valeurs
 - Les activités/tâches peuvent se faire en ligne
 - La gouvernance est jeune : plus facile de communiquer avec des dirigeants jeunes
 - Le niveau de responsabilités : la génération Z recherche de rôles significatifs et la possibilité de participer à part entière dans une équipe. Elle a besoin de sentir que son action individuelle a un impact.

DES CONSEILS POUR LES ORGANISMES :

- Avoir une page sur Instagram et TikTok, plateformes d'influence par excellence.
- S'associer à un influenceur de la génération Z (les nouveaux porte-parole).
- La génération Z n'est pas un groupe uniforme, il faut tenir compte des particularités au sein même de ce groupe générationnel.
- Ne pas attendre pour se faire connaître auprès de cette génération. Ce sont les leaders philanthropiques de demain.

