

Industries culturelles et créatives : Comment la génération Z fait bouger les lignes !

LINCC et le Labo de l'édition (Paris&Co) livrent le résultat de leur nouvelle enquête dédiée à l'avenir des industries culturelles et créatives :

« GenZ et industries créatives : Les 15-24 ans aux manettes de demain »

A Paris, le 17 novembre 2021 – LINCC et le Labo de l'édition, les deux plateformes d'innovation dédiées aux industries numériques, culturelles et créatives de Paris&Co explorent, chaque année, une tendance qui bouscule les mécaniques de création, de production et de diffusion de contenus. Cette année, leur grande enquête est consacrée à la question des pratiques culturelles des jeunes de 15 à 24 ans. Ces jeunes adultes en devenir qui représentent aussi bien un public clé qu'un enjeu stratégique, économique et créatif majeur pour les industries culturelles et créatives. Comment et où capter leur attention ? Quelles sont leurs valeurs ? Quels sont leurs usages, leurs envies d'expériences utilisateurs de plus en plus actives et interactives ?

Pour prendre le pouls des pratiques culturelles des jeunes aujourd'hui, LINCC et le Labo de l'édition ont choisi de mettre en résonance les regards croisés et les expertises d'acteurs de la publicité et de la communication, de créateurs de contenus et d'influenceurs, de professionnels de la culture, de l'audiovisuel ou encore du jeu vidéo.

Les 15-24 ans, aux manettes des industries culturelles et créatives de demain ?

Véritable enjeu de société, le lien des jeunes avec les contenus culturels, artistiques et de divertissement est aussi une question stratégique pour les entreprises du secteur. Depuis toujours, les jeunes générations évoluent avec leurs lots de nouvelles tendances et d'usages qui font émerger les grandes transitions de la société et les modes de consommation à venir... C'est une réalité d'autant plus complexe aujourd'hui que le numérique et la technologie accélèrent les changements, induisent des pratiques plus variées et plus versatiles qu'auparavant. De Fortnite à Twitch, de Snapchat à TikTok, des webtoon à Wattpad, des applications aux messageries instantanées... La génération Z fait bouger les lignes et change les règles du jeu, poussant les acteurs du divertissement à réinventer leurs façons d'aborder ces nouveaux publics. Sur fond de transitions numériques, sociales et environnementales, cette population complexe représente un enjeu de plus en plus important.

- Comment s'adresser à un public aux pratiques si variées et si mouvantes ?
- Comment les industries créatives peuvent-elles s'inspirer de ces nouveaux usages pour mieux comprendre et adresser cette cible ?
- Quels terrains explorer pour rendre les contenus culturels attractifs, inspirants et accessibles à cette tranche d'âge ?

C'est pour étudier et répondre à ces questions que les équipes de LINCC et du Labo de l'édition ont mené un travail de recherche sectoriel appuyé sur des études, des articles, ou encore des initiatives de leur réseau, soutenu par 8 entretiens avec des professionnels des industries culturelles et créatives aux profils variés : acteurs de la communication, créateurs de contenus et influenceurs, professionnels de la culture, de l'audiovisuel... Dans ce cahier expert, Benjamin Brillaud (créateur de la chaîne YouTube Nota Bene suivie par plus d'1,8 million d'abonnés), Sébastien Cavalier (président de la SAS pass Culture), Fabrice Plazolles (Chief Creative Officer chez Havas Sports & Entertainment) et l'ensemble des experts interrogés contribuent à dresser un tableau de tendances dont l'ambition est moins d'être exhaustif que d'inspirer les professionnels du secteur.

Quelques enseignements...

- Bien loin de certains préjugés qui les décrivent comme des consommateurs passifs et solitaires d'offres virtuelles, les **jeunes sont au contraire de véritables « omnivores culturels »** (étude INJEP)
- **Les pratiques numériques des jeunes ne cannibalisent pas leurs pratiques culturelles** mais les complètent
- Les 15-24 ans forment aujourd'hui une génération particulièrement marquée par les notions **d'engagement, d'expérience et de transparence**. Ils sont plus attentifs que n'importe quelle autre tranche d'âge aux valeurs des entreprises et des marques qu'ils consomment
- La génération Z, qui a grandi avec internet et ses codes, a un **fort besoin d'interactions**, de proximité, d'authenticité et de transparence auquel répondent mieux que quiconque les influenceurs.

« La fameuse Génération Z fait bouger les lignes car elle se veut actrice de son divertissement, revendiquant des espaces pour exprimer sa créativité et pouvoir se mettre en scène. Elle change les règles du jeu, avec plus d'interactivité et plus d'immersion, poussant les acteurs des industries créatives à se réinventer » est l'une des conclusions que tire **Catherine Peyrot, responsable du LINCC, à la lecture du livrable.**

Retrouvez l'intégralité de l'enquête [sous ce lien](#), et en PJ.

Pour toute demande d'information complémentaire, ou d'interview,
merci de contacter l'Agence LEON :
Marianne Felce-Dachez / Laura Palierne
marianne@agence-leon.fr / laura@agence-leon.fr
06 07 15 28 42

A propos de Paris&Co

Paris&Co est l'agence de développement économique et d'innovation de Paris et de la métropole. Elle favorise la diffusion de l'innovation à travers l'incubation de plus de 500 startups françaises et étrangères par an, l'expérimentation de solutions innovantes, l'organisation d'événements nationaux et internationaux. Elle développe son activité dans une dynamique d'open innovation en lien étroit avec plus de 120 grandes entreprises et institutions majeures.

<http://www.parisandco.paris/>

A propos de LINCC

La plateforme d'innovation LINCC, créée par Paris&Co, a pour volonté d'accompagner l'innovation pour la création, la production et la diffusion des contenus numériques créatifs, récréatifs et éducatifs et a pour mission de repérer, d'accompagner et de connecter les startups les plus prometteuses du secteur. animateur tiers de confiance, son objectif est également de fédérer un écosystème sectoriel afin de stimuler l'open innovation et de favoriser le développement d'initiatives innovantes. Les partenaires membres fondateurs de LINCC - BANIJAY GROUP, BANQUE DES TERRITOIRES GROUPE CAISSE DES DEPOTS, MEDIA-PARTICIPATIONS et VIVENDI - s'impliquent dans cette dynamique ouverte de partage, d'expérimentation et de co-création avec les startups.

Incarnée au travers d'un lieu d'incubation de 2000m² au cœur du Cargo, immeuble d'exception situé dans le XIX^{ème} arrondissement de Paris, la plateforme LINCC a accompagné plus de 150 startups depuis son lancement en avril 2016.

lincc.parisandco.paris