

# Qui sont les étudiants et étudiantes de la génération Z et quels sont leurs besoins et attentes à l'université?

Par Gabrielle Beaupré, Direction de la recherche institutionnelle, Avril 2024

## Mise en contexte

Cette note technique fait suite aux communications du *National Symposium on Student Retention*<sup>1</sup> (NSSR; 2023), dont certains travaux<sup>2</sup> ont porté sur les besoins et les attentes de la génération Z. Ces travaux ciblent les différences générationnelles comme un sujet d'intérêt pour favoriser l'expérience d'apprentissage de la population étudiante. En effet, un regard générationnel sur la démographie s'avère utile pour comprendre les besoins actuels et futurs de la population étudiante.

## Qu'est-ce que la génération Z?

La génération Z regroupe les personnes nées entre 1997 et 2012,<sup>3</sup> également appelées les Z<sup>4</sup>. Elle représente la dernière génération à avoir intégré le marché du travail et elle est encore bien présente dans les établissements d'enseignement supérieurs. Selon Statistique Canada (2022), la génération Z représente la deuxième plus forte croissance démographique observée parmi toutes les générations. Le nombre de personnes qui la composent pourrait dépasser celui des baby-boomers<sup>5</sup> en 2023 et celui des millénariaux<sup>6</sup> en 2045.

## Principaux constats du *National Symposium on Student Retention*

Les travaux présentés lors du NSSR ont permis de recenser un portrait global de la génération Z et de ses caractéristiques. Bien que les constats rapportés concernent principalement la population étudiante américaine, ceux-ci demeurent pertinents pour les étudiants et étudiantes du réseau de l'UQ.

## La notion de sens au cœur de l'engagement dans les études

En ce qui concerne son **rapport à l'éducation**, la génération Z recherche une expérience éducative en termes de valeur et de pertinence. En effet, les Z ont tendance à s'orienter vers des domaines pragmatiques tels que la santé, l'informatique, l'ingénierie et la biologie, avec moins d'intérêts pour les sciences humaines (Kirby et Tippets, 2023<sup>2</sup>). Ils souhaitent un succès et une stabilité garantie, dans un monde incertain en rapide évolution. Plus encore, la génération Z hésite à s'engager dans un programme sans avoir d'objectif professionnel clair, préférant ainsi prendre leur temps pour évaluer leurs besoins et leurs intérêts au travers d'autres expériences, telles qu'une année de pause (*gap year*) (McCrary, 2022). Malgré tout, la génération Z accorde une grande importance à l'éducation (Parker et Igielnik, 2020). En effet, les Z s'attendent à une éducation tout au long de leur vie et sont ouverts à accomplir des formations additionnelles dans un nouveau domaine dans 10 ans (Kirby et Tippets, 2023<sup>2</sup>). Enfin, la génération

Z semble préférer des petites expériences d'apprentissage (un an ou moins) plutôt qu'une longue expérience d'éducation échelonnée sur quatre ans (Kirby et Tippets, 2023<sup>2</sup>). Conséquemment, les étudiantes et étudiants de la génération Z semblent prioriser la valeur et la pertinence de leur études universitaires, plutôt que la linéarité de leur parcours.

## Les défis financiers des étudiantes et étudiants de la génération Z

Les étudiants et étudiantes de la génération Z recherchent un **soutien additionnel** auprès de leur établissement universitaire pour les sujets suivants : finances, choix de carrière, santé mentale et recherche de logement (Kirby et Tippets, 2023<sup>1</sup>). Parmi les plus grandes préoccupations envers les études universitaires, on retrouve la crainte d'être endetté (50 %), de ne pas obtenir un emploi solide (44 %) ainsi que de ne pas avoir les compétences nécessaires une fois embauché (44 %). Ce faisant, les préoccupations financières demeurent importantes pour les étudiantes et étudiants Z, alors qu'une personne sur quatre se décrit comme étant toujours préoccupée envers ses finances (Parker et Igielnik, 2020). La hausse du coût de la vie couplée à la pénurie de main-d'œuvre, incite plusieurs à entrer sur le marché du travail plus tôt que prévu. Ultimement, il est possible que cette pression financière incite la génération Z à rechercher un équilibre entre leurs études et le travail dès le début de leur parcours universitaire. Cette réalité renforce l'importance pour les études d'avoir un sens accru, car les étudiantes et étudiants cherchent à assurer leur stabilité financière dès que possible.

### Expérience vécue avec la pandémie Covid-19

Il est important de rappeler que c'est presque l'entièreté de la génération Z qui aura vécu un parcours scolaire teinté par la pandémie Covid-19. En effet, en 2020, la génération Z représentait les personnes âgées de 8 à 23 ans. Certes, la Covid-19 a eu plusieurs répercussions sur l'expérience scolaire de la génération Z, et conséquemment sur leurs besoins et leurs attentes une fois rendus à l'université. La Fédération des cégeps (2024) dénote une fragilisation des étudiants et étudiantes de la génération Z suite à cette double crise : celle de la pandémie et de l'inflation. D'abord, les enjeux de santé mentale qui étaient déjà bien présents auprès des Z, notamment l'anxiété et la dépression, ont été accentués avec la Covid-19 (Commission de la santé mentale du Canada, 2020). De plus, la Covid-19 a fait repenser la valeur accordée au cheminement académique traditionnel : seulement 25 % croient que le modèle traditionnel est le seul chemin vers l'obtention d'un bon emploi (ECMD, 2022).

<sup>1</sup> Le *National Symposium on Student Retention* est une conférence annuelle rassemblant 300 institutions universitaires nord-américaines. Son objectif est de partager des données et des pratiques visant à améliorer la rétention et la réussite de la population étudiante.

<sup>2</sup> Kirby et Tippets, 2023<sup>1</sup>; Kirby et Tippets, 2023<sup>2</sup>; Rosa et al., 2023;

<sup>3</sup> Portrait générationnel de la population vieillissante du Canada selon le Recensement de 2021 (Statistique Canada, 2022).

<sup>4</sup> Office québécois de la langue française

<sup>5</sup> Les baby-boomers représentent les personnes nées entre 1946 et 1965.

<sup>6</sup> Les millénariaux (ou Y) représentent les personnes nées entre 1981 et 1996.



## Des besoins d'apprentissages ancrés dans la pratique

En ce qui concerne les **besoins d'apprentissage**, la génération Z est reconnue pour sa flexibilité et son indépendance d'apprentissage. Elle valorise les opportunités d'apprentissages pratiques, tels que les stages professionnels ou l'apprentissage expérientiel (Kirby et Tippets, 2023<sup>7</sup>). Dans une enquête nationale<sup>7</sup> visant à recueillir les besoins des étudiants et étudiantes de la génération Z (ECMC, 2022), les résultats suggèrent qu'une grande majorité des Z apprécie les discussions interactives en classe (64 %) ainsi que l'apprentissage par résolution de problème (60 %). Par ailleurs, la moitié (51 %) des Z préfèrent apprendre en faisant (p.ex. activité pratique), plus du tiers (38 %) en regardant (p.ex. lecture de matériel pédagogique) et seulement une minorité (12 %) en écoutant (p.ex. cours magistraux).

## Attentes de communication et valeurs personnelles

La génération Z est enracinée dans le monde numérique : elle utilise une variété de plateformes pour interagir et elle n'a jamais connu un monde non digital (Shields, 2015). Dans un contexte professionnel, les Z exigent des communications plus personnalisées, valorisent la transparence et sont animés par l'individualisme et la justice (Jankowski, 2020). En effet, les personnes de la génération Z se perçoivent avant tout comme des individus et n'adhèrent pas aux normes sociales pour se définir. Ces principes sont transférables au contexte universitaire, puisqu'ils renvoient à leurs attentes envers leur établissement d'enseignement.

### Résumé des travaux présentés au NSSR sur la génération Z

**Technologie et communication** : Les personnes de la génération Z n'ont jamais connu un monde non digital; elles utilisent une multitude de plateformes de communication et passent en moyenne plus d'heures par jour sur les réseaux sociaux que les autres générations.

**Attitudes et valeurs** : Les personnes de la génération Z se perçoivent comme des individus avant tout et n'adhèrent pas aux normes sociales pour se définir. Elles recherchent un sens et une pertinence dans leur éducation. Elles ont d'importantes préoccupations envers le futur (sociales, politiques, économiques et climatiques).

**Rapport aux études** : Les personnes de la génération Z s'orientent vers des domaines pragmatiques offrant une stabilité dans un monde en évolution rapide, valorisent l'éducation tout au long de la vie et l'apprentissage par expérience. Elles hésitent à s'engager dans un programme sans objectifs clairs et sont ouvertes à des périodes de transition.

## Qu'en est-il de la vision du marché du travail de la génération Z québécoise?

Les constats recensés par le NSSR (2023) sont similaires à ce qui a été rapporté par Academos<sup>8</sup> en 2019 concernant la vision du marché du travail de la génération Z. En effet, la génération Z s'intéresserait davantage aux professions traditionnelles (p.ex. médecine, droit, enseignement) et à l'entrepreneuriat. Ce constat peut toutefois être expliqué par le fait que les jeunes connaissent généralement plus les métiers génériques que les domaines émergents (p.ex. développement durable, intelligence artificielle). Pour la génération Z, la réussite professionnelle est synonyme d'équilibre et de passion, et elle est motivée par les défis professionnels et les apprentissages. Les Z souhaitent travailler pour des employeurs écoresponsables, promouvant la diversité et contribuant positivement à la société. Enfin, la génération Z est enthousiaste mais inquiète face au marché du travail et se sent mal préparée à y faire son entrée.

### Survol de l'Étude Jeunesse 2023<sup>9</sup>

**Avenir** : « Les jeunes expriment de réelles craintes face à l'avenir et n'ont pas confiance aux institutions traditionnelles pour améliorer la situation. Ils préfèrent incarner le changement localement ».

**Finances** : « Les jeunes sont conscients des conjonctures économiques peu favorables et ils sont pessimistes face à l'état des marchés financiers ainsi que l'accès à la propriété. On observe un retour à la prudence financière pour plusieurs ».

**Emploi** : « Les jeunes ont un rapport différent à l'emploi que les générations précédentes, alors que l'emploi n'est pas au cœur de leur vie. Favorisés par la pénurie de main-d'œuvre, ils ont le luxe de choisir un emploi leur offrant équilibre de vie et défis professionnels stimulants ».

## Quelle place la génération Z occupe-t-elle à l'UQ?<sup>10</sup>

À l'automne 2022, près de la moitié (45 %) de la population étudiante du réseau UQ est issue de la génération Z. Les étudiantes et étudiants de la génération Z sont principalement inscrits au premier cycle (85 %). Parmi ceux-ci, 80 % sont inscrits à temps plein, alors que ce n'est le cas de 25 % des autres étudiantes et étudiants des générations plus âgées au premier cycle.

Tel qu'illustrée ici-bas, la part des étudiantes et étudiants de la génération Z au premier cycle varie d'un établissement à un autre. La présence de plus en plus grande des étudiantes et étudiants internationaux, qui entrent généralement plus jeunes à l'université

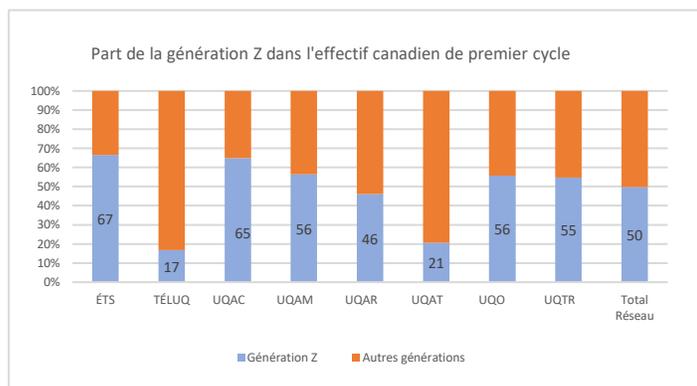
<sup>7</sup> Enquête nationale effectuée entre 2020 et 2022 auprès de plus de 5 000 jeunes âgés entre 14 et 18 ans aux États-Unis.

<sup>8</sup> Academos est un organisme à but non lucratif qui connecte les jeunes de 14 à 30 ans avec la réalité du monde du travail grâce à une application de mentorat virtuel.

<sup>9</sup> Étude Jeunesse (2023) offre un portrait de deux générations : génération Z et milléniaux. Il s'agit d'une étude réalisée auprès de 1 007 canadiennes et canadiens âgés de 15 à 39 ans (dont 1006 dont de la génération Z).

<sup>10</sup> Cette section ne prétend pas présenter un portrait complet de la Génération Z, seulement quelques caractéristiques d'intérêt tirées des données institutionnelles.

que les autres étudiantes et étudiants, contribue significativement au poids de la génération Z dans les établissements. De plus, les personnes aux cycles supérieurs étant naturellement plus âgées, leur poids dans la population étudiante affecte également la part de la génération Z. Pour une meilleure comparaison interétablissements, les données ci-dessous se limitent donc à l'effectif canadien de premier cycle. La génération Z (canadiens et canadiennes seulement) représente plus de la moitié de la population étudiante de premier cycle dans cinq établissements sur huit.<sup>11</sup>



### Diversité culturelle au sein de population étudiante Z

Chez la génération Z dans le réseau UQ, près d'une personne étudiante sur quatre (23,5 %) n'est pas citoyenne canadienne. Comme suggéré précédemment, le poids des étudiantes et étudiants internationaux (ÉI) permet en partie d'expliquer ce constat, puisque la grande majorité des ÉI est issue de la génération Z : 91 % au premier cycle et 60 % tous cycles d'études confondus. Plus encore, ces données ne prennent pas en compte la diversité culturelle observée auprès des étudiantes et étudiants canadiens. En 2021, chez les 15 à 24 ans au Québec, une personne sur trois (34 %) est soit née à l'extérieur du Canada (immigration de première génération), ou est issue d'une famille où au moins un des deux parents est né à l'extérieur du Canada (immigration de deuxième génération).<sup>12</sup>

### Diversité de genre au sein de la population étudiante Z

La génération Z du réseau UQ est composée à 58 % de femmes et 42 % d'hommes, ce qui représente une distribution plus équilibrée comparativement aux autres générations : 63 % de femmes et 37 % d'hommes.

<sup>11</sup> L'ENAP et l'INRS ne sont pas inclus puisque ces établissements offrent exclusivement des programmes de 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> cycles.

### Conclusion et pistes d'action

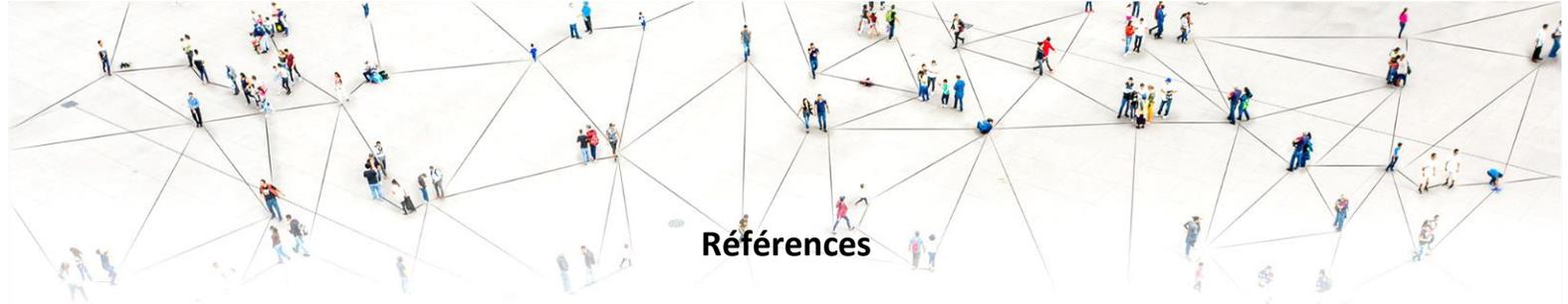
Considérant que la génération Z représente presque la moitié de la population étudiante du réseau UQ, il apparaît important de bien la connaître pour mieux l'accompagner. Basée sur les constats rapportés dans le cadre des communications du *National Symposium on Student Retention* (2023), la clé pour favoriser la rétention de la population étudiante issue de la génération Z réside dans l'implication des différents acteurs des établissements d'enseignement (personnel d'enseignement, personnel de soutien, direction, etc.). Plus précisément, on y souligne l'importance pour ceux-ci de soutenir le bien-être des étudiantes et étudiants de façon holistique, c'est-à-dire en considérant toutes les sphères de leur vie, et en renforçant le sentiment d'appartenance envers leur établissement d'enseignement.

À la lumière de la recension d'écrits exposée dans la présente note technique, il est possible de suggérer des pistes d'action à envisager par les directions des établissements d'enseignement, qui permettraient de mieux considérer les besoins et les attentes de la génération Z :

- Encourager des méthodes d'enseignement diversifiées qui misent sur le développement des compétences pratiques, notamment l'apprentissage expérientiel, les stages, le mentorat, etc.;
- Adapter les programmes pour favoriser l'accessibilité, y compris des parcours flexibles et personnalisés ainsi que le pont avec le marché du travail en valorisant la formation continue;
- Promouvoir l'engagement communautaire et l'impact social à travers des projets étudiants contribuant à la société;
- Fournir des ressources et des services d'orientation scolaire et professionnelle adaptés aux besoins de la population étudiante et à la réalité du marché du travail en constante évolution;
- Assurer un soutien complet aux étudiants, incluant des services de santé financière, de santé psychologique et d'aide à la recherche de logements abordables;
- Favoriser un environnement diversifié et inclusif et encourager la participation et l'expression des préoccupations et des idées de la population étudiante.

Ces pistes d'action visent à favoriser le soutien des étudiantes et étudiants de la génération Z dans leur cheminement universitaire, tout en prenant compte leur réalité distincte.

<sup>12</sup> Vitrine statistique sur les jeunes de 15 à 29 ans - Statut de génération (Statistiques Québec, 2021).



## Références

Academos. (2019). *La génération z du Québec et sa vision du milieu du travail*.

Commission de la santé mentale du Canada. (2020). *La vie en confinement : les répercussions de la COVID-19 sur la santé mentale des jeunes au Canada*. Ottawa, Canada. Récupéré de : [https://www.mentalhealthcommission.ca/wp-content/uploads/drupal/2021-02/lockdown\\_life\\_fr.pdf](https://www.mentalhealthcommission.ca/wp-content/uploads/drupal/2021-02/lockdown_life_fr.pdf)

ECMC. (2022). *Question The Quo: Gen Z Teens Want Shorter, More Affordable, Career-Connected Education Pathways*. Récupéré en ligne : <https://www.questionthequo.org/media/3954/qtq-survey-5-digital-report.pdf>

Fédération des cégeps (2024). *Nourrir l'envie des études supérieures*. Communication orale présentée lors du 14e congrès de la Fédération des cégeps. Récupéré en ligne : <https://lescegeps.com/dossiers/14e-congres-de-la-federation-des-cegeps>

Jankowski, P. (2020). *Gen-Z To Brands: Show Us You Know Us*. Forbes. Récupéré de : <https://www.forbes.com/sites/pauljankowski/2020/07/01/gen-z-to-brands-show-us-you-know-us-by-personalizing-your-ads/?sh=1d4a4c3f5aee>

Kirby, E. et Tippets, J. (2023)<sup>1</sup>. *Gently Nudging Faculty Along to Participate in Student Success Initiatives*. Communication orale présentée dans le cadre du *19th National Symposium on Student Retention*, New Orleans, Louisiana. The University of Oklahoma.

Kirby, E. et Tippets, J. (2023)<sup>2</sup>. *How to Raise Retention Rates Through Proven Peer Mentoring Programs Designed for Generation Z*. Communication orale présentée dans le cadre du *19th National Symposium on Student Retention*, New Orleans, Louisiana. The University of Oklahoma.

Léger. (2023). *Étude Jeunesse*.

McCrary, J. (2022). *10 Trends in the Era of Generation Z College Students*. Leadsquared. Récupéré en ligne : <https://www.leadsquared.com/industries/education/generation-z-college-students/>

Parker, K. et Igielnik, R. (2020). *What We Know About Gen Z So Far*. Pew Research Center. Récupéré en ligne : <https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2/>

PRISME. (2023). Base de données sur l'effectif étudiant de l'Université du Québec.

Rosa, M., Fuda-Daddio, J. et Adragna, S. (2023). *They're Here": Retaining Generation Z in Graduate Online Programs*. Communication orale présentée dans le cadre du *19th National Symposium on Student Retention*, New Orleans, Louisiana. The University of Oklahoma.

Statistiques Canada. (2022). *Portrait générationnel de la population vieillissante du Canada selon le Recensement de 2021*. Récupéré en ligne : [https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/alternative\\_alternatif.cfm?t=98-200-X2021003&l=fra&k=1244&loc=/census-recensement/2021/as-sa/98-200-X/2021003/98-200-X2021003-fra.pdf](https://www12.statcan.gc.ca/census-recensement/alternative_alternatif.cfm?t=98-200-X2021003&l=fra&k=1244&loc=/census-recensement/2021/as-sa/98-200-X/2021003/98-200-X2021003-fra.pdf)

Statistiques Québec. (2021). *Vitrine statistique sur les jeunes de 15 à 29 ans - Statut de génération*.

Watkins, N., et Bennett, T. (Eds.). (2023). *Proceedings of the 19th National Symposium on Student Retention*, New Orleans, Louisiana. The University of Oklahoma.