



# Aspirations des futures générations

## Description

La génération **Alpha se compose des enfants nés après 2010**, âgés de 0 à 12 ans. Ils sont la plus grande génération de consommateurs à venir et on s'attend à ce qu'ils aient le plus grand pouvoir d'achat de l'histoire.

Élevés dans un monde full digital, ils seront bien **exigeants en termes de services personnalisés, simples et smart.**

Ils feront preuve d'une **très grande mobilité professionnelle.** On estime en moyenne qu'ils auront 18 emplois et 6 carrières distinctes dans leur vie professionnelle.

Le **bien-être au travail sera un sujet prioritaire** pour la génération Alpha, qui attendra du milieu professionnel qu'il favorise son bien-être.

**Ils vivront plus longtemps et travailleront plus tard.** Pour eux la **retraite** ne signifiera pas l'arrêt de toute activité professionnelle, plutôt une réduction et un changement d'orientation, leur permettant de **rester actifs plus tard dans la vie.**

Génération très connectée, diverse et **consciente de l'incertitude à venir**, elle demandera plus **de transparence et de réassurance.**

Génération plus ouverte sur les différences culturelles, de genre et de modèles, on peut s'attendre à ce qu'elle soit **très en demande d'expériences communautaires et que l'inclusion soit très importante dans la conception des espaces.**

## Evolution / Projection

La génération Alpha pourrait préférer des modes de vie plus flexibles et durables, tels que des maisons intelligentes connectées, des logements modulaires et des co-living.

Les membres de la génération alpha pourraient également être intéressés par des options de logement plus durables, telles que des maisons écologiques ou des maisons à énergie positive.

## Impact

- **Exigence des générations futures en matière d'expérience personnalisées, intelligentes et durables**
- **Hausse de l'intérêt pour les espaces de co-living flexibles avec un fort axe communautaire**
- **Hausse de l'intérêt pour les logements neufs et connectés & de la smart city**
- **Hausse de l'importance de l'inclusion et du genre dans la conception des espaces**

## Signaux

#Article - Designing the Built Environment for Generation Alpha

#Report - Understanding Generation Alpha

#Articles - Gen Z opting for co-living over rental places

#Article - Les aspirations immobilières des jeunes