

## LES ENJEUX DES JEUNES GÉNÉRATIONS

Pour nous, les « Jeunes Générations » sont celles qui, aujourd'hui, ont entre 14 et 20 ans. Collégiens, Lycéens, Étudiants, ils sont tous à l'aube d'entrer dans la vie professionnelle et de se trouver confrontés aux réalités de la vie. Ces Jeunes Générations sont, bien sûr, l'avenir de la Bretagne.

Elles sont nées et évoluent quotidiennement selon des modalités de vie, des rapports aux autres, des contextes économiques et sociaux, des appétences mondialisées... totalement différentes de leurs aînés. Plus hauts niveaux d'études (la proportion de bacheliers sur une génération atteint 71,6% en 2011<sup>1</sup>), utilisation « effrénée » des nouvelles technologies de l'information et de la communication (81% des foyers bretons sont équipés d'Internet<sup>2</sup>), opérationnalité de nouveaux paradigmes sociétaux (co-voiturage, co-location, économie de proximité, fonctionnement en « tribus », etc.), les caractérisent.

Que seront et feront ces « Jeunes Générations » dans les 5 à 10 ans à venir ? Comment formateront-elles la (les) société(s) de demain ? Comment s'intégreront-elles dans la vie des entreprises ? de quelles activités seront-elles les acteurs ?... et enfin quels seront leurs rapports au territoire, à la Bretagne pour notre cas particulier, pourquoi, comment, avec quelles ambitions ?...

**Bretagne Prospective vous propose une synthèse issue des réflexions de son groupe de travail, composé de professionnels de tous horizons, interagissant avec les Jeunes Générations.**

<sup>1</sup>Source : Ministère de l'éducation.

<sup>2</sup>Soit plus que la moyenne nationale. Source : bretagne.fr

## INTRODUCTION

Les jeunes générations (JG) sont-elles différentes des générations précédentes, ou n'est-ce pas plutôt l'environnement qui les entoure qui a changé ? Nos sociétés connaissent des mutations à différents niveaux : mondialisation, enjeux économiques, sociaux, écologiques, technologiques... Les TIC modifient les échanges : la rupture technologique a de l'impact sur la façon dont se construisent les JG. Le contexte culturel, économique, social et technologique influence fortement les comportements et les modes de vie. Les JG se construisent dans l'instabilité, sans cadre familial, générationnel, ou d'autorité clair.

**Leur rapport à la famille :** l'évolution des mœurs amène les JG à développer leurs capacités d'adaptation. La cellule familiale est plus précaire : séparations, familles recomposées, déménagements, la mobilité des parents entraîne celle des enfants, parfois partagés entre plusieurs foyers. Le cadre éducatif peut manquer quand les parents sont isolés et débordés. Le modèle patriarcal imposant les règles a changé. Les jeunes sont plus créatifs, moins besogneux - ils travaillent d'une autre façon. Les JG restent attachés à la famille qui représente un repère affectif fondamental.

**Leurs rapports aux TIC : les jeunes générations sont des 'digital natives' :** ils sont nés et ont grandi avec internet et les smartphones. Les JG sont 'hyper-connectés', ils ne s'arrêtent jamais et sont toujours en veille (jusqu'à garder leur **smartphone sur l'oreiller : le nouveau doudou d'une génération** ?). Ce rapport aux TIC n'est pas sans impacts psychologiques ; il modifie aussi le rapport à l'éducation et à la socialisation.

Ainsi la 'connexion' est devenue la base

de la socialisation : au-delà d'un outil technologique, internet et ses supports (ordinateur, smartphone, tablette) sont des outils de relation, permettant aux JG de s'inscrire dans une tribu, une communauté de pairs. Facebook sert à communiquer des informations au sein du groupe. Par un mouvement ascendant, ces pratiques sont reprises par les écoles qui communiquent désormais de plus en plus via Facebook.

Ces nouvelles habitudes et façons d'être, s'imposent : c'est un véritable tsunami qui modifie les organisations. Nous approfondissons ces enjeux tout au long de cette synthèse.

**Leur rapport à l'international / à la mondialisation :** les JG ont conscience de faire partie d'une société ouverte sur le monde ; la mondialisation s'est accentuée et s'accroît encore. Internet leur ouvre les portes de l'information et des échanges avec le monde entier, 'sans frontières'.

Un stage à l'étranger est désormais obligatoire dans la plupart des cursus de l'enseignement supérieur (ce qui n'est pas toujours bien vécu, cf. plus ou moins de difficultés à quitter le cocon familial).

**Et, si les TIC ont 'vendu' l'ouverture sur le monde, elles n'ont pas offert les stages – qui s'avèrent souvent difficiles à décrocher.**

**Leurs rapports au travail et à l'entreprise :** les JG ont une approche du monde du travail différente de leurs aînés. Les informations et les idées circulent, 'tout le monde partage tout' (quand ce n'est pas que tout le monde travaille sur tout). Leurs comportements et habitudes au quotidien influencent fortement leur perception de l'entreprise. Habités à 'zapper', à être toujours connectés et à faire circuler l'information, ils ne se retrouvent pas ou

plus dans le management classique. Les entreprises ont besoin de comprendre leurs modes de fonctionnement pour savoir les manager, communiquer auprès d'eux, les toucher. Le modèle traditionnel du patron qui attend de son employé de faire ce qu'il lui dit ne fonctionne plus.

Et, à l'inverse, on peut se poser la question de la façon dont les jeunes générations d'aujourd'hui vont manager les entreprises demain. Car le monde sera le leur.

Le rapport des JG au travail pose également la question de leur place sur le marché du travail. Comment vont-ils y trouver leur place ? Comment s'adapter, non seulement aux TIC, mais au monde en général – dans un contexte de papyboom. Être connecté ne suffit pas pour résoudre des problématiques concrètes au sein de l'entreprise. Comment travailler non seulement entre JG mais aussi avec les autres générations ? Enfin, la relation au travail et aux loisirs s'est modifiée sous l'influence des 35 heures.

**Leur rapport à l'entrepreneuriat :** les outils TIC et le web 2.0 sont des facilitateurs à la création d'entreprise. Pour autant, les JG ne semblent pas plus entrepreneurs que les générations précédentes. **Ils ont cependant un rapport différent à la création d'entreprises et à l'innovation : cf. les démarches d'open innovation.**

**Leur rapport à la citoyenneté :** quid de la parole des jeunes dans les institutions ? Les JG sont le futur mais n'ont pas les réponses ni le pouvoir de décision. Or les impliquer pour l'intérêt général peut s'avérer difficile : ils doivent se sentir concernés et il faut les rendre partie prenante pour réussir à les mobiliser. De surcroît, les instances

démocratiques et le pouvoir semblent 'loin', ailleurs. Quelle responsabilisation des JG ?

**La citoyenneté des JG se réinvente aussi autrement, notamment sous l'influence des TIC : cf. les week-ends hackathons<sup>3</sup> où les jeunes se mobilisent parfois pour l'intérêt général.**

**La question du modèle économique de demain** : les usages des outils TIC par les JG répondent à de nombreuses finalités.

**Ainsi se développe la culture du « Co »** (co-location, co-voiturage etc.). **On observe chez les JG que la valeur d'usage tend à primer sur la valeur de propriété. Une économie de la fonctionnalité et de partage semble se développer.** Les JG sont habituées à tout partager, à accéder librement et gratuitement à de nombreux services et contenus via Internet. Les JG sont vecteurs de ces concepts.

**Comment alors créer de la valeur ?**

**Comment préserver et développer une économie de proximité ? De nouveaux modèles économiques émergent.**

<sup>3</sup> Rassemblement de développeurs organisés par équipe autour de porteurs de projet avec l'objectif de produire un prototype d'application en 48 heures. Source Wikipedia.

## JG ET ÉDUCATION

Les modes d'apprentissage changent. Les écoles (de tous niveaux) ont besoin d'innover pour s'adapter, notamment aux TIC qu'utilisent les JG.

La problématique majeure de l'enseignement repose sur la dichotomie entre connaissances et compétences. Est-ce que l'école doit donner des compétences (c'est-à-dire des savoir-être et des savoir-faire), ou transmettre des connaissances ? Aujourd'hui on met en valeur le fait d'apprendre à se 'débrouiller' seul : l'important ne serait pas tant de savoir que de savoir chercher l'information quand on en a besoin. Un autre point de vue consiste à dire que dans un monde nouveau et ouvert, une bonne culture générale (donc des connaissances) est nécessaire.

**De fait, la connaissance semble accessible facilement – instantanément et gratuitement – grâce à internet. Ce qui n'est pas sans répercussions sur les JG, qui ne développent pas leurs capacités à mémoriser (mais développent d'autres compétences). Ils mémorisent moins de choses mais apprennent à se servir des outils qui les entourent (ex. savoir se servir d'internet plutôt que de ses connaissances pour récolter des informations et traiter des sujets pendant les études).** Pour Marc Zuckerberg, fondateur de

Facebook, les JG sont plus intelligentes aujourd'hui grâce à leur hyperconnexion. Quelles conséquences pour demain ? Voir aussi le développement du e-learning et des MOOC (massive open online course) ; le rôle des écoles dans l'appropriation et l'utilisation des outils technologiques par les JG (nécessité pour les organismes de formation de prendre en compte les usages et outils TIC et de les mettre en situation de fonctionnement à tous les niveaux).

**Les JG et l'enjeu de l'orientation et de la confiance en soi.**

Dans un monde où règne l'incertitude et où le futur projeté est souvent négatif, une pression forte s'exerce sur les jeunes en termes d'orientation : « il faut avoir un projet ». Or à 14 ans, on ne sait pas vers où aller. Les outils pour s'informer changent, mais sur le fond il n'y a pas de rupture forte – les JG ne savent pas plus qu'avant.

C'est une préoccupation forte pour les parents, souvent plus angoissés que leurs enfants par l'enjeu de l'orientation scolaire et professionnelle – car c'est l'orientation de la vie qui est en toile de fond.

Si la maturité et l'autonomie des JG sur cet enjeu ne sont pas les mêmes à Bac+5 qu'en troisième, c'est bien dès le plus jeune âge qu'il se pose et qu'il intervient dans leur construction, les amenant à façonner leur regard par rapport à l'avenir. Pour autant il est difficile de les faire réfléchir à leur orientation avant la troisième, quand intervient le stage en entreprise obligatoire. Certains collégiens ont du mal à faire des vœux réalistes, soit par manque de conscience de leurs capacités, soit en raison d' 'embouteillage' sur certaines filières. Rappelons que les objectifs de l'éducation nationale sont d'amener 80% d'une tranche d'âge au niveau Bac puis 50% au niveau licence.

Un autre point soulevé concerne la méconnaissance par les JG des métiers existants. D'autres voies, d'autres métiers, pratiques, industries et techniques, semblent négligés (cf. EDF et ses sous-traitants faisant face à un manque de soudeurs).

**La question du sens est au cœur de l'enjeu de l'orientation : ne faudrait-il pas former les jeunes à prendre du recul, à comprendre ce qu'il se passe et le monde dans lequel ils évoluent, afin de décider en conscience d'arrêter au Bac ou de poursuivre, après s'être trouvés** (vs. la pression sociale et familiale 'sans Bac+5 on ne fait rien dans la vie' – quoique l'aura des diplômés a tendance à diminuer). D'autant que la

plupart des métiers de demain ne sont pas encore connus aujourd'hui<sup>4</sup>. **Quid de les faire rêver, de leur faire comprendre qu'au-delà de bien gagner leur vie, ils peuvent participer à 'changer le monde'. Ce qui implique de leur redonner du sens et de la vision.**

**Tâche d'autant plus ardue que les JG peuvent avoir une vision pessimiste des entreprises et de l'avenir** (cf. relais médiatique de 'ce qui ne va pas' plus de 'ce qui va'). Pour autant, les JG doivent faire avec cet environnement négatif puisqu'il constitue leur réalité. Comment les aider à faire face à l'inconnu, à l'incertitude et à l'inquiétude.

Une piste consiste à 'raccrocher' l'enseignement avec le monde réel, en privilégiant le contact humain et les rencontres. Également, à développer la confiance en soi et l'estime de soi des JG, en l'inscrivant dans le dispositif pédagogique. En effet au cœur de l'enjeu de l'orientation se pose celui de la confiance : 'je ne sais pas vers quoi aller, est-ce que j'ai assez confiance pour aller découvrir'. L'enjeu est bien de renforcer les JG, de leur donner des aptitudes et des connaissances pour développer leur maturité et les amener à prendre confiance en eux et à chercher en eux des réponses. La confiance c'est aussi réussir à donner du sens.

**Focus : les TIC, l'apprentissage et l'intelligence collective.**

Les TIC font partie de l'univers des JG. Les acteurs de l'éducation et de la formation ne peuvent donc pas 'passer à côté' de ce à quoi les JG sont naturellement sensibles. C'est pourquoi les outils numériques sont entrés dans les dispositifs pédagogiques, ou sont en train de l'être. Ce qui implique de travailler en amont auprès du corps enseignant et des formateurs pour transformer les contenus et les façons d'organiser l'enseignement. Amener les JG à travailler seul, à chercher les contenus, à s'exercer, modifie l'ambiance de travail et les questions de discipline.

L'enjeu des TIC et de l'apprentissage est de réussir à transformer positivement les tendances 'naturelles' des JG pour les outils TIC, le ludique, le 'hors formation'.

Les instances éducatives se transforment pour intégrer les TIC et de nouvelles approches de l'enseignement (cf. des (r)évolutions pédagogiques plus

<sup>4</sup> 65% des écoliers d'aujourd'hui pratiqueront, une fois diplômés, des métiers qui n'ont même pas encore été inventés", d'après le Département du Travail américain. Émission « Questions d'éducation », France Info, 2/12/2013.

vastes). L'intérêt étant que les connaissances s'acquièrent et que les compétences se développent effectivement. Leur lien / leur affinité avec les outils TIC se doit de rentrer dans le cadre pédagogique, qui se transforme et s'adapte à ces nouvelles tendances.

**A long terme, certains pensent que le modèle de l'école évoluera vers la disparition des cours magistraux (les TIC permettant aux étudiants de préparer leurs cours en allant à leur rythme), le rôle du professeur devenant celui d'un animateur (vs. cours descendant).**

Le travail sur les processus pédagogiques permet de créer de nouvelles conditions d'accessibilité aux éléments de connaissance de base et amène de meilleures conditions pour travailler et 'apprendre à apprendre'. C'est aussi adopter des postures de bienveillance et d'écoute, pour mettre les JG dans les meilleures conditions pour qu'ils se sentent capables de jouer un rôle dans le monde de demain et les sécuriser, les aider à grandir dans un univers que les générations précédentes ne maîtrisent pas.

Les JG doivent percevoir ce que les instances éducatives leur apportent. Celles-ci sont là pour créer un cadre, mobiliser les personnes, passer en mode 'intelligence collective'. Les enseignants et formateurs doivent petit à petit passer de la notion de propriété de la connaissance à la notion de partage des connaissances, à travailler davantage ensemble et à mettre en commun, à rechercher cette intelligence collective. Les contenus partagés permettent à tous et à chacun de les utiliser. Les frontières bougent. Les JG sont déjà utilisateurs de ce nouvel univers.

**Les réseaux sociaux au cœur de la vie sociale des JG : usages et dérives.**

Les réseaux sociaux, omniprésents dans la vie quotidienne des JG, impactent leur mode de relation à l'autre à différents niveaux :

- Celui de la rencontre. Les réseaux sociaux permettent de rencontrer de nouvelles personnes, autour de centres d'intérêts communs (cf. Instagram, OnVaSortir, les sites de rencontre...).

- Celui de l'entretien de la relation. Chacun « reste en contact » avec l'autre et la vie de l'autre via les réseaux sociaux (cf. Facebook).

Il y a toujours un lien entre le virtuel et le réel : si la rencontre s'organise par le biais d'un réseau social, elle a bel et bien lieu dans l'univers physique. Les JG restent attachés à la rencontre avec les autres, à sortir en groupe, à boire un verre... Cela s'observe également dans l'univers de la formation : cf. les

séminaires d'accueil, souvent à l'extérieur, avec des jeux, du sport ; et des jeunes toniques, souriants, qui ont plaisir à vivre ces moments participatifs, cette vie du collectif.

Cependant, les plus jeunes semblent encore plus impactés par les réseaux sociaux : **ils sont « tout le temps connectés », au point peut-être – et paradoxalement – de s'éloigner des autres, au moment présent.**

- Cf. les JG continuant à utiliser leur téléphone ou leur tablette lors des repas en famille (ils sont « là sans être là ») et la difficulté, pour les parents, de réguler et d'encadrer l'utilisation de ces outils (voir ci-après).

- Cf. le temps consacré par les JG aux TIC, qui peut les 'couper' de la vie extérieure.

50 à 75% des CM2 ont un profil Facebook (le réseau social est pourtant interdit aux moins de 14 ans). La vie sociale est régentée par ce qu'il se passe sur les réseaux. Facebook, jeux en réseau, espace d'échanges, chats, Skype... il se passe beaucoup de choses, selon des codes différents de ceux de la vie réelle. Des 'buzz' se créent, générant de l'incompréhension, des conflits, des malentendus, jusqu'aux violences verbales. Les gendarmes traitent de plus en plus d'affaires de violences, 'bashing' et menaces sur les réseaux. **Les JG n'ont pas les codes, ils n'ont pas toujours conscience des conséquences.**

Face à ces dérives des usages des TIC par les JG, les parents et les éducateurs ont comme difficulté de jouer un rôle de régulateur sur des outils qu'eux-mêmes ne maîtrisent pas. La plupart du temps, les JG 's'autoéduquent' sur les outils TIC. Là encore, c'est la question du sens donné à l'utilisation des outils TIC qui se pose. Comment utilise-t-on le numérique ? Qu'est-ce qu'on en fait ? Discernement et esprit critique sont nécessaires pour réguler leur usage des TIC et leur apprendre à rester vigilants.

**Et demain : les JG, les TIC et leur rapport à l'entreprise et au travail.**

Le regard des JG sur le travail et sur l'entreprise s'est profondément modifié par rapport à leurs parents. Leur approche est différente : on n'entre plus dans une entreprise pour faire carrière, car si les JG ne se sentent pas bien quelque part ils se disent que ce n'est pas grave et qu'ils vont changer – l'articulation entre épanouissement personnel et épanouissement professionnel se jouant différemment. Cela les amène à adopter des comportements de 'zappeurs', ce qui n'est pas sans conséquences pour certaines entreprises où l'enjeu de la

formation, de la transmission et de la fidélité est important. Au-delà de la rémunération, travailler sur le sens et la responsabilisation des JG est essentiel. L'intégration sociale dans l'entreprise se joue elle aussi différemment, avec d'autres façon d'envisager la vie privée accompagnée par l'entreprise – notamment dans le cas de situations de mobilité, où de nouveaux modèles de déplacements des couples et des familles sont à penser par les grandes entreprises (cf. l'enjeu de l'équilibre et de la vie sociale pour les conjoints de salariés devant changer de région par exemple).

**Les entreprises ont besoin d'un management 'moderne' pour garder les jeunes.** Si les conditions de travail et les formations proposées ne leur plaisent pas, ils s'en iront.

Globalement, on voit comment les principes de vie des JG, leur organisation sociale et les outils TIC qu'ils maîtrisent, obligent les entreprises à moduler le sens des mots, leur recrutement, leurs modes de management.

Le mot-clé des JG : **la débrouillardise**. Ils vivent avec une certaine précarité, qui ne les angoisse pas comme leurs parents car **elle fait partie de leur univers, et ils s'y adaptent en se 'débrouillant' et en s'appuyant sur de nouvelles logiques de partage** (cf. co-voiturage). **Les outils TIC sont alors au service de la multiplication des liens entre les personnes.**

Certains jeunes sont désenchantés et leur projet consiste à « gagner de l'argent sans trop en faire ». L'enjeu est bien de les amener à se poser des questions. Les méthodes mobilisant l'intelligence collective peuvent créer de la motivation et susciter leur adhésion à des projets constructifs.

## JG ET RAPPORTS SOCIAUX

**« Trouver sa place » et « Construire son identité »**

Les JG ont plus de mal que leurs parents à « trouver leur place », au sens large : les repères structurants d'hier se brouillent et nécessitent d'être réinventés, recomposés, à l'échelle de la famille. L'enjeu de l'adolescence a toujours été de trouver sa place. L'élargissement du monde avec les réseaux, les sollicitations permanentes, la sensation d'espaces toujours plus grands et plus rapides, sont source d'insécurité affective. Les réseaux sociaux facilitent les connexions, et en même temps créent de l'insécurité :



« *j'ai besoin d'une amitié fusionnelle, je suis rassuré par mon alter ego, mais qui vais-je choisir ? Vais-je être choisi ? Qu'est-ce que je veux, est-ce que je vais être abandonné ?* ».

Les adolescents se définissant par le groupe, toute 'défaillance' (objective ou fantasmée) au sein du groupe de pairs est génératrice de 'panique'. Les liens en jeu dans les réseaux sociaux résonnent dans la vie réelle.

La reconnaissance des pairs semble d'ailleurs 'compter' davantage que la reconnaissance et l'affection apportées par les parents.

Ces derniers sont en partie dépassés : non seulement ils sont moins familiers des réseaux sociaux que les JG, mais en plus ils n'ont pas le 'mode d'emploi' du monde qui vient. **Ils peuvent se sentir déstabilisés dans leur rôle de régulateur et d'éducateur (cf. enjeu de la transmission parents / JG).**

Au collège, l'enjeu n°1 est celui de l'appartenance au groupe – ce qui n'est pas nouveau. Les jeunes souhaitent, coûte que coûte, être dans le groupe. Ce qui implique des comportements de mise en conformité (la bonne attitude, la bonne marque...). Des leaderships se créent, certains positifs, d'autres moins, pouvant s'accompagner de phénomène de bouc émissaire (logiques relationnelles inhérentes à tous les groupes). Certains collégiens souffrent de ne pas être 'dans' le groupe. Si le phénomène de bouc émissaire n'est pas nouveau, **les réseaux sociaux jouent un rôle d'amplificateur** (cf. diffusion, visibilité et partage immédiat d'informations et de commentaires). Et il manque des moments de 'retour au calme', les JG étant connectés chez eux après l'école. Certains jeunes sont fortement impactés et déstabilisés, n'ayant pas la maturité pour gérer et prendre du recul.

Outre la reconnaissance de conformité, les JG sont aussi en quête de distinction. Les réseaux sociaux sont des supports d'expression du narcissisme adolescent. « *Quand on poste quelque chose sur Facebook on a envie d'avoir le plus de 'like' possibles. Et on regarde si on en a plus que les autres...* ». **La reconnaissance et la sécurité affective se jouent en nombre de « j'aime » sur Facebook, entre 'compétition narcissique' et dépendance extrême au regard de l'autre.**

Il y a un enjeu fort entre une construction identitaire et personnelle qui s'inscrit dans le temps, et l'immédiateté inhérente aux réseaux sociaux. Comment prendre du recul pour advenir à ce que l'on va être, s'il n'y a aucun moment de 'tranquillité' ?

Les réseaux sociaux, au cœur de la vie sociale et de la construction identitaire des JG, sont autant incontournables que déstabilisants, voire fragilisants.

### La question des repères, l'importance de la famille.

La référence aux parents, aux adultes (cf. école, formation), est nécessaire aux JG pour se donner des repères. Dans un univers confus voire anxiogène, les parents, enseignants et formateurs ont un rôle majeur de référence et de repère pour aider l'enfant à se construire et à construire son identité. Les outils TIC comme les réseaux sociaux ne remplacent pas ce cadre (ils le rendent même d'autant plus nécessaire, voir ci-après). Au-delà de ces outils, il y a de la relation collective, de la relation sociale entre jeunes et entre groupes. Les repères, références et confrontations, restent nécessaires pour leur constitution.

Des études montrent régulièrement l'importance de la famille dans les valeurs des Français – alors même que les familles sont de plus en plus déstructurées. Quand on est entouré de difficultés, la famille représente une valeur sûre – de ce point de vue, il n'y a pas vraiment de transformation avec les JG.

### Les commentaires permanents, le brouillage des frontières vie privée / vie publique, la nécessaire régulation.

L'usage débridé des réseaux sociaux conduit à ce « tout le monde donne son avis sur tout ». **Tout est partagé et commenté – et est susceptible de 'faire le buzz' –. Les frontières entre vie privée et vie publique se brouillent. Facebook est une sorte de 'journal intime partagé' – autrement dit un journal intime sans intimité. Les échanges sans limites dont devenus une norme, et il n'y a pas de frontière sur internet.**

Que font les JG de cet effet miroir, de tous ses avis contradictoires reçus au sujet de tous les aspects de leur vie privée ? (d'autant que tout est décontextualisé : les informations – textes, photos, vidéos – sont envoyées et partagées sans les éléments de compréhension du contexte associés). Les parents ont un rôle important à jouer pour donner un cadre, des repères et des limites, autrement dit pour réguler l'usage des réseaux sociaux par leurs enfants qui constituent les JG. Tout en reconnaissant qu'ils font partie de leur réalité, les parents peuvent contribuer à :

**- modérer leur usage, leur caractère invasif** (cf. être filmé ou enregistré à son insu par des proches) ;

**- faire prendre conscience aux JG des conséquences d'une vie privée trop partagée sur les réseaux sociaux** (cf. les futures recherches d'emploi) ;

**- mettre en place une intelligence de relation** en amenant les JG à mettre de côté téléphone et tablette pendant les moments en famille ;

**- se méfier de l'immédiateté, de l'absence de filtres** (ex. envoyer 'le mail qu'il ne faut pas' sous le coup d'une impulsivité, avec des conséquences néfastes).

**- et, d'une manière générale, apprendre et comprendre les limites de ces outils au quotidien.**

Ces éléments de cadre sont d'autant plus essentiels que les JG ne prennent pas toujours la mesure de leur responsabilité (ex. des jeunes filmant une agression : celui qui filme s'expose à des sanctions plus fortes que celui qui agresse).

Mais les parents socialement et/ou culturellement démunis ont plus de mal à donner du sens et du cadre aux JG. On remarque que des familles avec peu de moyens sont équipées en téléphone – là où des familles plus aisées vont contrôler davantage et retarder l'équipement des enfants –.

### L'éducation nationale initie des réflexions sur les bonnes pratiques autour des réseaux sociaux.

Si tous les enfants de 6ème n'ont pas de téléphone portable (ce que l'école ne peut de toute façon pas interdire), on sait que 60 à 70% des enfants en 6ème ont un profil Facebook. Les débordements que peuvent en faire les JG (ex. insulte sur les réseaux sociaux) rejaillissent à l'école (ex. les parents demandant au collège d'intervenir).

Certains parents ont des difficultés à poser des interdits, confondant aimer et éduquer. La permissivité et la tolérance généralisées font parfois office de compensation dans des familles déstructurées où le parent cherche à s'excuser de l'explosion familiale ; ou bien elles sont liées à un sentiment de dépassement (ex. le parent isolé qui se sent démuné et dit 'oui' à tout).

**L'enjeu est d'amener les JG à devenir moins facilement manipulables, en leur apprenant à remettre en question et à relativiser les informations et les messages qu'ils reçoivent sur internet – et donc à devenir moins 'perméables' aux idéologies.**

## JG ET TERRITOIRE BRETAGNE

« Erasmus a créé un million d'enfants »<sup>5</sup> : **challenge pourra-t-il être rempli ?**

cette information est révélatrice d'un rapport au territoire des JG qui change par rapport aux générations précédentes. Qu'il s'agisse du rapport à la région, à la France, à l'Europe et à l'international.

La mondialisation et la 'défrontiérisation' des échanges posent question en termes d'impacts sur les JG, tant en positif qu'en négatif. L'ouverture à l'international peut être vécue comme un enrichissement, sans qu'elle ne soit destructrice. Sous l'influence des outils TIC, de l'évolution des rapports sociaux et des rapports au territoire – et en particulier à l'international –, les valeurs des JG diffèrent des valeurs des générations précédentes.

**Plus spécifiquement qu'en est-il du rapport à la région Bretagne ?**

La mondialisation tue-t-elle la régionalisation ? L'attachement des JG à la région semble surtout lié à la qualité de vie, aux paysages naturels et au dynamisme. Or la culture et la langue sont elles aussi des vecteurs de l'attachement.

Les préoccupations des JG semblent davantage tournées vers le 'hors territoire' que vers 'l'intérieur' du territoire breton. Se pose alors la question de l'attractivité du territoire vs. l'attractivité de l'international, en termes d'évolution professionnelles, et la possibilité pour les JG ayant fait des études supérieures de trouver des fonctions correspondant à leurs diplômes.

Cette vision de la Bretagne et de son aspect 'qualité de vie' semble constituer un acquis entretenu par les JG. Qu'advient-il en ce cas de la langue et de la culture bretonne ? Si les groupes musicaux bretons sont parfois victimes de leur succès, on constate un déficit d'organisation pour la préservation de la langue et la nécessité de s'adapter aux moyens modernes d'apprentissage (ex. initiation à la langue bretonne proposée dans des lieux et supports atypiques – divertissement, jeux électroniques...). Si l'on se place dans une perspective régionale bretonne, une problématique émerge concernant le rapport des JG à la région :

Entre des JG dont les habitudes et comportements sociaux sont 'structurés' par les TIC (que ce soit vis-à-vis de l'école, des relations familiales, amicales etc.) ; et une région Bretagne à l'ancrage identitaire et culturel fort :

**comment la Bretagne pourra préserver,**

**inscrire et faire vivre son identité dans les nouvelles façons de vivre des JG ? Et dans quelles conditions ce**

Qu'elles le souhaitent ou pas, les JG sont contraintes de quitter le territoire breton pour travailler. Plus spécifiquement, sur le littoral, les jeunes travailleurs et les jeunes ménages partent car le foncier est trop cher (ségrégation générationnelle) et qu'il n'y a pas d'entreprises pour les accueillir (cf. une économie basée sur le service), ce qui pose plusieurs questions au niveau du territoire notamment celle de la mobilité.

La Bretagne est un territoire identifié, à la culture et à l'histoire fortes, et au tissu associatif important. La langue bretonne, même si elle est peu pratiquée, est un repère culturel. Les JG sont attachées à la Bretagne et à l'identité bretonne, et il n'est pas rare de croiser de jeunes Bretons travaillant ailleurs, souhaiter revenir en Bretagne. Le rapport à l'identité bretonne se joue différemment à l'heure des TIC, du développement des réseaux – et aussi du Breizh Cola (dont les parts de marché viennent immédiatement après Coca-Cola, en Bretagne). Les JG savent jouer avec la revendication identitaire bretonne.

**Une singularité bretonne connue mais qui semble peu présente à l'esprit.**

Le partage d'expériences des participants au groupe Jeunes Générations de Bretagne Prospective a mis en lumière le constat de jeunes bretons conscients des singularités de leur territoire, sans pour autant sembler y accorder de l'importance spontanément.

Preuve néanmoins que les fondamentaux que souhaitent défendre et transmettre des associations et réseaux bretons – dont Bretagne Prospective – sont connus des JG. **Ils ne le sont cependant que de manière latente et peu affirmée.** Ce qui révèle l'ambivalence des JG qui d'eux-mêmes affirment peu leur singularité bretonne, mais sont en mesure de le faire quand on les y pousse. Ce qui révèle aussi le maintien d'une forme d'attachement au territoire, bien que celui-ci ne s'exprime que superficiellement (vs. une identité bretonne conscientisée et engagée, de la langue à la culture en passant par l'histoire).

**Les sources de transmission de l'identité bretonne.**

Se pose nécessairement la question des sources de transmission de l'identité bretonne aux JG. Comment celle-ci

peut-elle s'affirmer et préserver la richesse de ses spécificités dans un contexte politico-médiatique qui a tendance à uniformiser les modes de pensée et à promouvoir les logiques consuméristes ?

Force est de constater que la communication et la transmission aux JG des éléments de la bretonnité est aujourd'hui peu présente au sein de l'éducation nationale, et laissée à l'initiative des directeurs d'établissements et des professeurs de collège ou de lycée. Elle reste limitée en l'absence de lettres d'orientations pédagogiques – et donc d'une position plus affirmée du rectorat en faveur de l'apprentissage de l'histoire, de la géographie, de l'organisation sociale ou encore de la musique du territoire (qu'il soit breton ou autre). À noter le travail réalisé par Frédéric Morvan (historien spécialiste d'histoire de la Bretagne et professeur en collège) qui a rencontré les représentants du rectorat afin de leur demander que les cours intègrent des éléments consacrés au territoire dans lequel vivent les élèves.

Ce qui a d'autant plus de sens et d'intérêt qu'aplanir les différences régionales et l'attachement au territoire ne renforce pas pour autant l'unité nationale (être « moins breton » ne conduit pas à être « plus français »). Outre les liens familiaux, la construction identitaire des JG passe aussi par le lieu de vie et le sentiment d'ancrage.

Pour certains professeurs d'histoire, il est évident que les cours doivent se baser sur l'environnement proche des élèves : le local, le régional, afin de transmettre des notions liées aux étapes de l'histoire et de les mettre en perspective par rapport à leur lieu de vie ; cependant, cela reste un « plus » aujourd'hui non valorisé. Seule une volonté politique peut créer une inflexion sur cet enjeu de la transmission et de l'apprentissage des différences territoriales.

**Connaître son territoire, une nécessité dans un monde décentralisé.**

Or c'est « quand on sait d'où l'on vient que l'on sait où l'on va » : vivre sur un territoire aujourd'hui n'implique-t-il pas d'en connaître l'histoire et les spécificités ? C'est particulièrement vrai en ce qui concerne la Bretagne, dont la façon de vivre, les pratiques sociales etc., étaient différentes de celle de la

<sup>5</sup>Source : [http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-14-1025\\_fr.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-1025_fr.htm) communiquée de presse de la Commission européenne : «selon les estimations de la Commission, environ un million de bébés sont vraisemblablement nés de couples Erasmus depuis 1987». Il s'agit cependant d'une extrapolation.

France dont elle était indépendante il y a encore cinq siècles.

Et ce d'autant que d'un point de vue prospectif, on observe une évolution – certes lente mais progressive et bien réelle – vers une organisation décentralisée. La future société numérique s'oriente vers des actes de décentralisation et des prises de décisions locales plus que « d'en haut » ; notamment concernant les enjeux liés à l'organisation des territoires (transports, alimentation – cf. les amaps –, énergie – cf. la communauté de communes du Mené qui souhaite devenir un territoire à énergie positive : elle produit déjà près de 60% de son électricité avec la méthanisation, le solaire et l'éolien, et vise l'autosuffisance énergétique pour 2025).

**Et que dire de cette statistique qui montre que 70% des communications internet sont réalisées entre personnes éloignées de moins de 60 kilomètres ? Les évolutions sociétales permises par les TIC – dont on connaît l'importance pour les JG – s'orientent vers des organisations territoriales de proximité (vs. le système pyramidal français) voire le « think local, act global ».**

Cette orientation prospective requiert pour les citoyens de demain une bonne connaissance du territoire et implique une réflexion de fond sur ce que signifie être acteur de la vie locale. On en revient à l'enjeu de la transmission aux JG de la connaissance des différences territoriales.

Les institutions actuelles (institué vertical) sont et seront probablement de moins en moins adaptées à cet appel à des organisations institutionnelles plus horizontales (instituant horizontal).

**La Bretagne vivier de jeunes diplômés et création de valeur pour le territoire.**

**Autre défi à relever dans une perspective prospective : comment faire de la Bretagne – une des premières région diplômante (bac et supérieur) – une terre d'accueil de la création de valeur ?** Et, plus spécifiquement, **comment faire de la Bretagne une région favorisant l'esprit d'entreprise et les startup.**

La dynamique est là : en témoigne la façon dont a été portée la candidature de Rennes au label French Tech, en s'appuyant sur tout un écosystème et en coopération avec d'autres territoires.

**L'enjeu porte sur la transition entre la vie étudiante et l'entrée dans la vie active, dans le tissu créatif des PME régionales.** Voir dans les démarches personnelles de processus de créativité d'entreprise. **Qu'en est-il de la transition et du « passage de flambeaux » d'un monde à un autre ?**

**Ne peut-il, ne doit-il pas être enrichi, accompagné, structuré ?** Les dispositifs existants pourraient être renforcés, notamment en imaginant de nouveaux dispositifs s'appuyant sur la dynamique intergénérationnelle (ex. : mentorats) et sur l'entrepreneuriat.

**Autrement dit, comment capitaliser sur la Bretagne pour que sa jeunesse, l'une des plus éduquée de France, crée de la valeur pour le territoire en termes de développement économique.**

**En évitant l'écueil de dispositifs favorisant des créations d'entreprises qui créeront de la valeur partout ailleurs que sur le territoire qui les y aura aidé. C'est la limite de certains dispositifs stimulant une économie numérique qui ne crée pas toujours d'emploi et de valeur « sur place ».**

Cela implique de construire une vision commune favorisant le développement de plusieurs technopôles numériques en Bretagne – outre Rennes qui est au cœur du numérique, quid de Lannion (qui n'a pas vraiment franchi le pas) et de Brest (plus universitaire qu'entreprise) –. Peut-on imaginer une « Silicon Valley » à la bretonne, ou en tout cas redonner une dimension régionale et du lien entre numérique et territoire et « faire monter » ensemble les trois pôles – qu'il s'agisse du monde universitaire, des PME et des startup.

**Le lien entre JG, numérique et territoire**

Comment relier numérique et territoire ? L'attachement et l'affect vis-à-vis d'un territoire ne s'oppose pas aux échanges et aux communications digitalisés. On en revient à des thèmes abordés précédemment, dans la relation entre les JG et les TIC – le numérique au sens large. Pour les générations précédentes, le territoire est ressenti comme un ancrage, une source d'affects – par les activités de loisirs liées au territoire (ex. voile, vélo, pêche, surf...) ou encore par la découverte de la nature bretonne. Qu'en est-il pour des JG qui ne « décrochent » plus de leur téléphone portable et d'internet ? Quelle place pour le territoire dans ces liens nouveaux qu'ils inventent ?

Un enjeu prospectif émerge : celui de la préservation et de la (re)création du lien entre JG et territoire dans nos sociétés numériques – sans pour autant freiner ou empêcher cette modernité moins maîtrisée par les autres générations –.

Les instances structurantes (rectorat, entreprises, institutions créant des lieux de rencontre pour les entreprise et des lieux d'activités culturelles) peuvent contribuer à maintenir un lien fort en valorisant les richesses du territoire breton. Dont la qualité de vie et la beauté des paysages (cf. structuration et

promotion du tourisme), au même titre que l'histoire, la langue, les pratiques culturelles, ainsi que les thèmes porteurs de demain comme la science : biologie, agronomie – pourquoi pas faire le lien avec les algues (la Bretagne étant la seule région productrice d'algues en France) –.

Le numérique peut être pensé comme levier de valorisation de toutes ces richesses. Le territoire est bien un axe de développement du numérique.

Le numérique est un élément essentiel de la vie d'aujourd'hui. S'il éblouit par son potentiel d'échanges et de communication dématérialisés à l'échelle mondiale, il peut aussi se décliner et rejaillir à l'échelle régionale, en fonction des besoins et des spécificités d'un territoire. Le numérique est transversal à toutes les activités économiques. **Pour « fixer » les startup et éviter qu'elles ne naissent en Bretagne avant de migrer ailleurs, il faut que les projets se développent en lien avec les secteurs-clés de l'économie bretonne** (cf. énergie, tourisme, agriculture et entreprises agroalimentaires, activités liées à la mer, etc.).

Les stratégies d'ancrage territorial peuvent également s'appuyer sur l'intérêt et la contribution des JG à l'émergence de plateformes de financement participatif liées au territoire.

« Base Jaune » est un bon exemple : la société propose de « *contribuer activement au développement économique et à la préservation du patrimoine de la Bretagne* » via une plateforme de « *financement participatif local, raisonné et engagé, au service du rayonnement de la Bretagne* ».

Voir aussi les expérimentations type « Youth Bank » (structures de micro-crédit gérées par des jeunes pour contribuer à développer des projets à échelle locale) proposées par Shéhérazade Benzerga et Kevin Lognoné, représentants du Conseil Parisien de la Jeunesse.

Autant d'idées pour renforcer la créativité et le lien avec le territoire. Encourager et faire éclore des initiatives locales est un axe majeur de revalorisation du lien entre JG et territoire. Ce qui implique que la région ne dise pas « non » aux projets innovants, et au contraire encourage la création d'activités nouvelles sans faire preuve d'un protectionnisme excessif.

**Il peut s'agir aussi d'« aller là où les JG sont » – c'est-à-dire utiliser les outils TIC pour les atteindre.** Exemple : À l'aise Breizh propose à ses clients d'envoyer des photos mettant en scène leurs produits à travers le monde.



**Et pourquoi pas travailler sur un « sixième département breton » numérique, en faisant exister un espace promouvant la vie économique et culturelle de la Bretagne partout dans le monde** – en s'appuyant sur les réseaux ambassadeurs existants (cf. diaspora bretonne, Bretons du Monde - OBE) et les réseaux sociaux (pourquoi Facebook ne serait pas ce sixième département de la Bretagne numérique ?...).

**Idéalement, en faisant participer les JG eux-mêmes au développement de ces outils dans une logique intégrative et intergénérationnelle.**

## CONCLUSION

Le rapport des Jeunes Générations aux technologies de l'information et de la communication est au cœur des différences avec les générations précédentes. Celui-ci modifie en profondeur le rapport qu'entretiennent les JG à l'éducation, aux relations sociales, au travail et au territoire. Les défis sont nombreux pour accueillir et intégrer ces Jeunes Générations qui représentent l'avenir de la société.

Les enjeux éducatifs sont au premier plan, et les événements récents prouvent s'il en était besoin, la nécessité d'accompagner les JG dans l'utilisation des outils TIC, afin qu'ils soient en mesure de les maîtriser et d'aiguiser leur discernement et leur esprit critique. Les instances institutionnelles comme les entreprises ont leur rôle à jouer, ce qui implique pour elles de creuser les enjeux abordés dans cette synthèse, et de mettre en place des actions concrètes vers les JG.

**La connaissance et la transmission de l'histoire, de la culture et des valeurs du territoire de vie des JG contribue à les « ancrer » dans la réalité et à définir les contours de leur identité dans un monde de plus en plus dématérialisé et fluctuant. C'est aussi à plus long terme l'opportunité pour un territoire de préserver son dynamisme et son attrait en donnant envie à ses JG d'entreprendre et de créer de la valeur.**

## ET DEMAIN

Comment, à partir de ces constatations, traduire des propositions d'actions et de projets. Celles-ci permettraient d'engendrer, même modestement, certaines évolutions, en particulier au niveau du territoire breton. Trois domaines du quotidien sont impactés par de telles réflexions :

**L'école** : pour le monde de la création de valeurs, le concept marketing « think local, act global » semble être, en ces temps de bilan sur certains actes de la mondialisation, une réflexion largement engagée, en particulier sur des activités productives à fortes implications locales (en Bretagne : agroalimentaire, tourisme, énergies renouvelables, production de biens et services...). Un tel concept remet en exergue la capacité de produire et développer des activités de territoire. Et donc, pour les Jeunes Générations, la possibilité d'intégrer des entreprises locales.

Quoi de plus naturel, donc, de connaître et d'apprendre à l'école, quel est donc ce territoire où je vis : son histoire, sa géographie, ses traditions linguistiques et sociales, qui feront que le futur citoyen/salarié se sente Acteur de son territoire, de sa vitalité et de son rayonnement. Une évidence certes, mais un état des choses que le monde de l'éducation, en France (à la différence des autres pays européens), n'a toujours pas intégré dans ses cursus (du primaire à la faculté), et sur les diverses facettes de la vie et des fonctions de « Citoyen ».

Pour cela, imaginons un projet (comme, par exemple, l'ont déjà maintes fois proposé les Membres du « Centre d'histoire de Bretagne » et son Président Frédéric Morvan), en créant dans chaque établissement de Bretagne, à partir d'un plan d'actions reconnu et validé par les instances de l'éducation nationale, des Ateliers de découverte de la Bretagne, où, sous forme de projets, des groupes d'élèves bâtiraient des initiatives associatives, entrepreneuriales, encadrés par le corps professoral (formé à cet effet), mais aussi d'acteurs bénévoles (personnes en recherche d'emploi, retraités) issus de la société civile bretonne, ayant un savoir-faire reconnu dans ces domaines, afin de comprendre et de réaliser, par l'action, ce qu'est leur Territoire et les potentialités de réalisation et d'emplois qu'il possède.

**L'Entreprise** : elle est au centre de la création d'emplois et du développement économique et social du territoire, de la Bretagne en général. Ces activités, essentielles, pour l'ensemble des « composantes de vie », reposent aussi sur des données à caractère fonctionnel, dont certaines entreprises oublient régulièrement de signaler l'importance. Que penser du devenir de pans entiers d'activités si celles-ci, sur leur territoire, ne trouvaient pas : qualité de main d'œuvre, paix sociale, réseaux de communication, dispositifs sociaux d'accueil des enfants, des personnes âgées, d'animation, de festivals, de spectacles, d'organisations sportives... Tout ceci relève des institutions et des « organisations citoyennes, de territoire », dont il faudrait, aussi, savoir parler et vanter les mérites auprès des salariés, des Jeunes Générations, lors d'interventions dans l'Entreprises, dans les écoles et les centres de formation. Les Entreprises aujourd'hui, et en particulier celles orientées vers l'international, ne diffusent souvent qu'un seul type de messages : être compétitif, percer à l'international, s'emparer de marchés « extérieurs ». Ceci est bien sûr essentiel, mais la qualité de vie, la sérénité sociale, l'attachement au Territoire, ne sont-ils pas aussi garants de leur réussite et de la pérennité de notre « bretonnité » ?

Et puis, encore plus essentiel, à l'image des Industriels de la Silicon Valley en Californie, qui ont su créer une image de territoire attractive, novatrice, inventive ; allant jusqu'à créer de nouvelles façons de manager et de développer l'Entreprise. Le tout largement basé sur les « fondamentaux » historiques, géographiques, sociaux, de qualité de vie et d'innovation sociale de la Californie... N'y a-t-il pas pour la Bretagne, qui dispose elle aussi de « fondamentaux » valorisables, le besoin de créer et de diffuser, y compris au niveau des Jeunes Générations, cette image novatrice, facteur d'adhésion et de promotion de son territoire ?

Le projet est tout simple, faire que les Entreprises Bretonnes concernées conçoivent et diffusent un tel argumentaire, et que celui-ci soit régulièrement exposé dans les ateliers de sensibilisation « Jeunes Générations » organisés dans le cadre de la formation des jeunes bretons.

**Les Collectivités Locales** : elles sont à l'épicentre de ces diverses propositions. En contact permanent avec le monde des entreprises et celui de la société civile (associations, pôles ESS, communautés d'intérêts...), elles sont confrontées quotidiennement aux préoccupations et sollicitations de ces diverses entités. Elles sont donc en mesure de solliciter, de la part de leurs interlocuteurs, les actions précédemment préconisées, et d'injecter les moyens (apports financiers, apports en industrie) afin de mettre en place des expériences pilotes, aptes à tester et à valider (voire, à terme, à généraliser) de telles initiatives.

Reste une chose essentielle à régler, et non des moindres : être en mesure de disposer d'une véritable volonté politique intra et inter collectivités, être en mesure de dépasser clivages et intérêts particuliers, afin de donner un minimum de moyens à une (des) expérience(s) 'pilote' pouvant démontrer le bien-fondé de telles ambitions. L'absence d'intérêts de leur part pourrait alors permettre de « lancer l'action », dans le cadre d'organisations de la société civile bretonne, associées à un « pool » d'entrepreneurs convaincus de l'utilité et de la faisabilité de ces projets.