

CAHIER DE RECHERCHE

LES JEUNES D'AUJOURD'HUI : QUELLE SOCIÉTÉ POUR DEMAIN ?

Département Conditions de vie et aspirations
Département Consommation
Département Dynamique des marchés
Département Evaluation des politiques publiques
Département Evaluation des politiques sociales



Sommaire

EDITORIAL (YVON MERLIERE – DIRECTEUR GENERAL DU CREDOC).....	7
---	----------

INTRODUCTION (BRUNO MARESCA, ANNE DUJIN).....	11
--	-----------

CHAPITRE 1 – ETRE JEUNE : UN TEMPS, UN MODE DE VIE PLEINEMENT ASSUMES	17
--	-----------

1. LES JEUNES : DE QUI PARLE-T-ON ? (FANETTE RECOURS)	17
--	-----------

1.1. La jeunesse comme âge transitoire : un fait social instable ?	18
1.1.1. Une période de transition vers l'âge adulte	18
1.1.2. Des transitions plus floues.....	19
1.1.3. Les jeunes : un concept socialement sous influence	22
1.2. La définition des bornes de la jeunesse	23
1.3. « La jeunesse n'est qu'un mot »	26
1.3.1. Mise en couple et parentalité : plus fréquente chez les femmes	26
1.3.2. Les non-diplômés sont moins en couple qu'autrefois.....	27
1.3.3. Des inégalités sociales fortes.....	28
1.3.4. Une typologie en 6 classes	29
1.4. Evolutions de la jeunesse depuis 20 ans	35

2. LA PERCEPTION DES JEUNES DANS LA PRESSE (RODOLPHE SURY, PATRICK DUCHEN, MARIE-LAURE MERY)	39
---	-----------

2.1. Un portrait souvent alarmiste	39
2.2. Un tropisme fréquent rapprochant « jeunesse » et « problème »	40
2.3. La publicité, un vecteur de stigmatisation.....	43
2.4. Les initiatives favorables envers les jeunes.....	43

3. LA POLITIQUE AUTREMENT : LES NOUVEAUX RAPPORTS DES JEUNES A LA POLITIQUE (JORG MULLER)	45
--	-----------

3.1. Une dépolitisation sectorielle et limitée	46
3.2. Un problème de « compétence sociale » ?	49
3.3. Les modes de vie et les valeurs culturelles comme modes d'expression personnelle et politique	53
3.3.1. Le libéralisme en matière de mœurs s'installe comme valeur fondamentale	53
3.3.2. Une bienveillance nuancée face à la mondialisation	56
3.3.3. Les jeunes comme moteur de la libéralisation des mœurs.....	57
3.3.4. La famille constitue toujours un pôle de stabilité dans la vie des jeunes mais cette opinion baisse.....	58
3.3.5. Une remise en cause du mariage institutionnalisé	59
3.3.6. Les droits des couples homosexuels	59
3.4. Les jeunes sont-ils écologiquement responsables ?.....	61

CHAPITRE 2 – ETRE JEUNE : UN CONSOMMATEUR ACTIF.....	67
---	-----------

1. LA CONSOMMATION DES JEUNES AUJOURD'HUI ET LES QUADRAS DEMAIN (PASCALE HEBEL, THIERRY MATHE) ...	69
---	-----------

1.1. Quels sont leurs modes de vie ?	69
--	----

1.2.	Quelles sont leurs ressources ?	71
1.2.1.	Toujours autant d'inégalités de revenu en défaveur des jeunes générations	71
1.2.2.	Baisse de l'utilisation du crédit à la consommation chez les moins de 30 ans.....	73
1.3.	Comment arbitrent-ils leurs dépenses de consommation ? Contraintes du loyer et choix de la réalisation de soi	74
1.3.1.	Arbitrages en défaveur des motivations de base : alimentation et habillement	77
1.3.2.	Fortes contraintes en loyer sur les plus jeunes	78
1.3.3.	Choix de la réalisation de soi : développement des dépenses en restauration, hôtels, loisirs et communication	79
1.4.	Quels sont leurs critères de choix ? Vers des marques identitaires	83
1.4.1.	Consommation engagée : le développement durable un prérequis.....	83
1.4.2.	Développement de stratégies d'achat leur permettant d'optimiser leurs arbitrages	85
1.4.3.	Les marques un moyen d'identification pour les jeunes.....	87
1.5.	Quels sont les circuits de distribution privilégiés ? Vers les spécialistes et Internet	94
1.5.1.	Prépondérance des circuits low cost.....	95
1.5.2.	Sur représentation des achats de meubles en grande surface	96
1.5.3.	Poids d'Internet sur les achats de vêtements nettement supérieur chez les jeunes autonomes... 96	
1.6.	Que deviendra la génération Internet en 2015 ? Développement de nouveaux modes de consommation basés sur l'usage.....	98
2.	LES JEUNES ET LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION (SANDRA HOIBIAN)	117
2.1.	Les TIC au cœur du quotidien des moins de 30 ans	117
2.2.	TIC mais pas <i>geek</i>	123
2.3.	Les TIC façonnent de nouveaux modes d'interaction	128
2.3.1.	Des frontières de plus en plus floues	128
2.3.2.	Une identité choisie, des liens plus élargis.....	129
2.3.3.	Démocratisation de la prise de parole	131
2.3.4.	Un changement des relations entre générations.....	132
3.	LES PRATIQUES CULTURELLES DES JEUNES (BRUNO MARESCA)	135
3.1.	Les jeunes et les pratiques culturelles.....	138
3.1.1.	Régression de l'écoute de la télévision au profit des écrans interactifs, un mouvement vers l'élargissement des vecteurs de prescription	140
3.1.2.	La consommation de musique au diapason des mutations des pratiques de loisir des jeunes	141
3.1.3.	Les jeunes demeurent autant lecteurs que la moyenne des Français en dépit d'un volume d'achats limité	143
3.1.4.	L'importance des activités artistiques et associatives pratiquées en amateur, une particularité des dépenses des jeunes	154
3.2.	Le budget culturel des jeunes en forte évolution.....	156
3.2.1.	Les dépenses culturelles des jeunes transformées par le développement du numérique	156
3.2.2.	Une consommation culturelle dominée par l'ordinateur.....	157
3.2.3.	Les nouvelles technologies stimulent les consommations culturelles	159
3.2.4.	La pratique de la lecture plutôt favorisée par les pratiques numériques	161
3.2.5.	Un impact encore incertain sur les sorties	161
3.3.	Les politiques culturelles en direction des jeunes.....	163
3.3.1.	L'inégalité d'accès à certaines pratiques culturelles	163
3.3.2.	La question de la gratuité d'accès à la culture	164

CHAPITRE 3 – ETRE JEUNE : UNE GRANDE PRECARITE	173
1. L'ACCES AU LOGEMENT : UN PASSEPORT POUR L'INSERTION DES JEUNES (ISA ALDEGHI, LEOPOLD GILLES).....	173
1.1. Des liens étroits entre accès au logement et accès à l'emploi des jeunes	174
1.1.1. Etat des lieux : des jeunes majoritairement autonomes et locataires	174
1.1.2. Le logement autonome concerne plus souvent les jeunes en situation d'emploi stable	177
1.1.3. La qualité du logement et la qualité de l'emploi des jeunes sont étroitement liés	179
1.2. La place des jeunes dans les dispositifs d'aide au logement: analyse critique	180
1.2.1. Rappel préliminaire : le marché du logement est de moins en moins ouvert aux jeunes	180
1.2.2. Des aides nécessaires au vu du poids du logement dans le budget des jeunes.....	181
1.2.3. Des aides en diminution et à la portée limitée pour les jeunes	183
1.2.4. Des dispositifs d'accompagnement vers et dans le logement encore trop morcelés	186
2. LES JEUNES FACE A L'INSERTION PROFESSIONNELLE : UN PASSAGE OBLIGATOIRE PAR LA PRECARITE ? (CHRISTINE OLM, LARA MULLER)	191
2.1. L'accès à l'emploi stable, un parcours erratique	191
2.1.1. Des situations professionnelles souvent précaires	191
2.1.2. Des premiers contacts avec l'emploi néanmoins rapides et répétés	195
2.1.3. Une détérioration des conditions d'insertion	196
2.2. difficultés spécifiques aux jeunes et facteurs de réussite	198
2.2.1. Des difficultés spécifiques	198
2.2.2. Les facteurs de réussite	199
2.3. les politiques publiques pour l'emploi des jeunes	203
2.3.1. Accompagnement, formation, relations avec les entreprises et emplois de transition pour les jeunes les plus en difficulté	203
2.3.2. Les limites de ces dispositifs	209
2.3.3. Le développement des formations professionnelles et de l'alternance	210
CONCLUSION (BRUNO MARESCA)	215

Quels seront les contours de la société de demain ? Sur quelles valeurs et quelles énergies pourrons-nous compter pour construire un nouvel avenir ? C'est à ces questions de prospective que les chercheurs du CREDOC se sont penchés en identifiant les schémas de vie et de pensée des jeunes d'aujourd'hui qui structureront la société et le consommateur de demain. Il s'agit d'observer et de connaître les permanences dans leur manière d'appréhender leur époque et d'inventer les codes qui seront autant d'effets générationnels qui perdureront.

Alors que la presse aborde plutôt la jeunesse en termes négatifs voire caricaturaux – les jeunes constituent une classe dangereuse -, au contraire, les résultats de cette recherche nous rassurent quant à la richesse et au potentiel des jeunes d'aujourd'hui pour assurer l'élan qu'il convient et établir les nouvelles bases d'une société en devenir.

Certes, nous prenons bien en considération la pluralité des situations des jeunes. La jeunesse est plurielle, Pierre Bourdieu précisait bien que « la jeunesse n'est qu'un mot ». D'ailleurs, nous ne négligeons pas les difficultés des jeunes sans diplôme ou peu diplômés qui sont plus éprouvés que les autres dans leur insertion dans la vie, qu'elle soit professionnelle ou sociale, ni les obstacles que doivent affronter les jeunes à la recherche d'un logement rapidement et sur un temps limité. Dans ces situations, nous mettons plus en évidence le fossé qui existe entre les besoins des jeunes et les solutions qui leur sont proposées aujourd'hui et les adaptations des dispositifs actuels pour leur assurer un meilleur service.

Mais avant tout, nous avons cherché les axes structurels de la jeunesse, ceux qui vont conditionner l'organisation de la société de demain. En réalité, ce qu'ils ont en commun, c'est **leur sociabilité interactive, leur besoin du « festif », leur fort degré d'autonomie, leur aisance dans la société de consommation**, avec la nécessité de disposer d'une multiplicité de sources pour leur permettre de faire leurs choix de consommation face à un domaine des possibles plus large mais avec **des contraintes financières plus importantes**.

Leur sociabilité interactive

C'est la génération du Web : sa pénétration dans leur vie quotidienne leur procure une meilleure insertion dans la société. Ils sont actifs en particulier dans la communication, ils échangent facilement sur des plateformes de discussion avec d'autres internautes qu'ils ne

connaissent pas au préalable. Ils ont ainsi une plus grande ouverture sur le monde. Ils communiquent avec des groupes de pairs non figés en fonction de leurs divers centres d'intérêt. D'ailleurs les pairs sont devenus plus importants que le père. Et sur le Web, ils digèrent une masse d'informations importantes et variées : ils sont familiers de la pluralité.

Au total, nous voici face à une génération plus communicante qui assure une plus grande socialisation avec ses pairs, qui cherche à se procurer le plus d'informations possibles et qui sait les digérer.

Leur besoin du « festif »

Le Professeur Philippe Meirieu¹ indiquait que « nous vivons, pour la première fois, dans une société où l'immense majorité des enfants qui viennent au monde sont des enfants désirés ». Ils sont donc élevés dans un environnement festif auquel on a supprimé les contraintes. Devenus adolescents et plus âgés, ils développent à leur tour cet environnement festif qui donne tout le succès aux manifestations qui répondent à cette ambiance comme la fête de la musique, les Nuits blanches, les apéritifs géants.

Leur fort degré d'autonomie

- autonomes dans les formes de pensée, leur engagement politique est différent, ils sont rétifs à toute forme d'engagement conventionnel. Ils n'adhèrent plus à un parti politique ou à un syndicat mais sont plus mobilisables pour des actions ponctuelles, des rassemblements émotionnels. Ils ne sont plus dans un état d'esprit d'acceptation d'une délégation mais plus dans une forme de démocratie directe ;
- autonomes dans leurs choix de vie : le temps de la jeunesse n'est plus une contrainte de passage entre l'âge adolescent et l'âge adulte auquel on aspire. Non, être jeune aujourd'hui c'est une phase revendiquée pour vivre des expériences dans un climat festif ;
- autonome dans la vie sociale, on l'a vu, la pénétration d'internet dans leur vie quotidienne leur assure une meilleure insertion dans la société, et cela modifie leur rapport à la télévision : ils utilisent l'écran comme un support interactif qui leur permet de choisir leur programme plutôt que de suivre les contenus prescrits par les différentes chaînes ;

¹ Le Monde du samedi 3 septembre 2011

- autonomes dans leur parcours résidentiel : pour faire face à des lieux d'études, à des stages en de multiples entreprises pas nécessairement près du lieu d'habitation des parents, voire à leur souhait de post-adolescent, de quitter une famille parentale recomposée, les jeunes ont une autonomie résidentielle plus grande que leurs aînés au même âge.
- autonomes dans le milieu professionnel, la révolution numérique renverse les rôles, les jeunes deviennent les « sachants », les experts, ils sont détenteurs de la connaissance. Ce renversement des positionnements hiérarchiques entre les générations leur confère une force et une nouvelle indépendance qu'il faut gérer dans l'entreprise avec, en particulier, la nécessité de leur fournir un emploi en relation avec leur niveau d'expertise.

Leur aisance dans la société de consommation

Leurs parents les ont élevés dans une société de consommation. Ils ont acquis une aisance à se mouvoir dans ce nouveau monde. Si leur désir de consommer est immédiat, la consommation leur permet de retrouver des repères et de recréer une identité, elle est l'expression de leur personnalité. Elle devient une source de lien social. Ils ne sont donc plus dans un état d'esprit de rejet de la société de consommation, ils ont appris à décoder le langage publicitaire, il faut donc l'adapter à leur niveau d'appréhension. Le primat de la consommation et la forte emprise de la valeur « loisir » modifient la place de la « valeur travail » qui n'est plus en tête de leur identité et des moyens de réalisation de soi.

Mais avec des contraintes financières plus pressantes, ils modifient leurs modalités d'achat

Les jeunes générations gagnent relativement moins que leurs aînés au même âge. Par ailleurs, leur autonomie résidentielle ne s'accompagne pas d'une autonomie financière en parallèle. Les jeunes d'aujourd'hui vivent davantage dans une précarité financière qu'autrefois. Mais ils bénéficient de l'appui de leurs parents qui deviennent ainsi la génération pivot. Pour assurer l'équilibre entre une volonté de consommation permise par une société d'hyperchoix et les contraintes financières subies, l'autonomie du jeune consommateur l'oblige à faire des choix qui ne peuvent être facilités que par la multiplicité des canaux de distribution, des prix pratiqués et des avis diffusés par d'autres consommateurs : il lui faut de multiples possibles pour choisir, se faire une opinion (toujours l'autonomie) et passer à l'acte d'achat. Sans cela il n'y a pas d'incitation à l'achat.

De par leurs caractéristiques, les jeunes d'aujourd'hui prépareraient-ils :

- une société plus pacifique dans laquelle l'écoute de l'autre est primordiale ou plutôt une société communautarisée dans laquelle les individus se rassemblent par tribus multipliant ainsi les barrières ?
- une économie en perpétuelle innovation, créatrice permanente de richesses : les nouvelles générations étant plus autonomes et en recherche de nouveautés, ou une économie sclérosée dans laquelle les adultes de demain pourront difficilement s'intégrer dans les grandes entreprises, limitant ainsi la capacité de réunir des moyens suffisants pour dégager de la productivité et produire de la valeur ?
- une société de consommation acceptée et maîtrisée source d'une croissance revendiquée ou alors une société de consommation limitée par des contraintes budgétaires fortes, les nouveaux parents ne pouvant pas soutenir les jeunes générations à moindre pouvoir d'achat ?

Dans toute société, les forces opposées sont en perpétuel mouvement. La société vivante est le fruit de cette confrontation. Ce travail de recherche met bien en évidence les éléments qui constituent la richesse des générations futures. Aux générations actuelles de permettre leur plein déploiement et aux générations futures d'en prendre conscience pour assurer la construction d'une société plus ouverte, dans laquelle les individus s'écoutent et se concertent dans le respect de l'autonomie de chacun.

INTRODUCTION (BRUNO MARESCA, ANNE DUJIN)

Parler des « jeunes » aujourd'hui revient à évoquer cette période de la vie qui va de la fin des études secondaires au moment où l'engagement dans une vie « installée » prend le dessus. Entre 18 et 30 ans, soit sur une douzaine d'années, les jeunes vivent un âge de la vie très spécifique, marqué par l'émancipation de la famille d'origine, la socialisation entre pairs, l'exploration du monde et l'adhésion à la modernité, en dépit de la faiblesse de leurs ressources. Il s'agit d'un temps aux limites floues, s'épanouissant entre la libération d'une existence bridée, celle de l'enfant, et l'entrée dans le statut d'adulte, défini par la conquête d'une place, professionnelle et sociale, et l'acceptation des responsabilités qui vont de pair.

Si « *la jeunesse n'est qu'un mot* », comme l'a dit Pierre Bourdieu en 1978, ce n'est pas que ce moment spécifique de la vie n'existe pas, c'est plutôt qu'il n'existe pas en soi, mais qu'il se définit par un jeu d'oppositions avec les autres classes d'âge, à travers des modes d'affirmation plus ou moins conflictuels. Ce statut temporaire, « mi-enfant mi-adulte », « ni enfant, ni adulte » dit Bourdieu, constitue « un fait social très important »².

Cet âge de la vie n'est pas nouveau. La littérature du XIX^{ème} en a popularisé la figure, chez Balzac notamment, en attribuant aux jeunes des traits distinctifs, qui résultent de tensions paradoxales : la faiblesse des ressources mais la foi en l'avenir, le logement de fortune mais la vie de divertissements et d'aventures, l'éloignement familial mais la reconnaissance et la solidarité entre les pairs. Depuis un demi-siècle, ce moment de la vie s'est sensiblement étendu, par l'effet conjugué de l'allongement des études et du report de l'arrivée d'un premier enfant. La perspective de ce temps particulier s'est également modifiée. Autrefois tendue vers l'accès à l'état d'adulte pleinement inséré socialement, la jeunesse est aujourd'hui un moment privilégié de la vie que l'on quitte à regret quand il faut assumer les responsabilités professionnelles et, pour beaucoup, familiales. A la fin des années cinquante, on pouvait écrire que les jeunes avaient « la hâte de tirer un trait sur la jeunesse au retour du service militaire », parce qu'il fallait vite « devenir sérieux, c'est-à-dire se figer dans des fonctions adultes précipitamment endossées » qui permettaient, en particulier, d'accéder à la possession des biens matériels³.

² Pierre Bourdieu, Entretien avec Anne-Marie Métaillé, paru dans *Les jeunes et le premier emploi*, Paris, 1978. Repris in *Questions de sociologie*, Éditions de Minuit, 1984. Ed. 1992 pp.143-154.

³ Nicole de Maupeou-Leplat, *Pour une sociologie des jeunes dans la société industrielle*, Annales, Economies, Sociétés, Civilisations, 16^{ème} année, N.1, 1961, pp 87-98.

Ce qui a véritablement changé sur deux générations, c'est que les jeunes ne sont plus « obligés de se 'caser' avant d'avoir eu le temps d'être jeunes ». Ce qui a perduré, en revanche, c'est que « l'idéologie de la jeunesse n'est nullement une mise en question de la société, mais seulement une négation provisoire de sa puissance écrasante, ce qui est vrai des jeunes ouvriers comme des jeunes bourgeois ». D'où cette interrogation formulée en 1961 et si justement prémonitoire : peut-on « imaginer vers quelles extrémités pourraient être entraînée une jeunesse pléthorique et sur-scolarisée au sein d'une économie en récession ou même en stagnation » ?⁴

Cette situation est bien celle que partagent, un demi-siècle plus tard, les pays les plus développés, et qui nourrit une grande inquiétude sociale sur le devenir du groupe des jeunes confrontés à un parcours d'obstacles, pour l'acquisition de diplômes qualifiant, l'installation résidentielle et l'accès à l'emploi.

Faut-il regarder les jeunes comme des « *enfants attardés* », stigmatisés par le syndrome de la génération Tanguy, ou bien comme des « *primo-adultes* » ? Les discours et les publications sur la jeunesse sont dominés par la hantise des parcours difficiles de l'insertion sociale et professionnelle, et leurs conséquences psychosociales, et véhiculent fréquemment une vision sombre, comme dans *Le livre noir de la jeunesse* de Michel Fize⁵. Cette vision mésestime la dynamique positive dont la jeunesse est porteuse, et conforte une sorte de conflit générationnel que Grégoire Tirot a dénoncé dans *La France anti-jeune*⁶. La mini-série télévisée *Bref*⁷ est illustrative de l'émergence à la charnière des trente ans de situations vécues comme des fins de jeunesse qui se prolongent péniblement faute d'accéder au statut d'adulte bien installé. Celles-ci sont révélatrices du fait que la jeunesse reste un état transitoire qui tend à s'allonger à la mesure des difficultés de l'insertion.

La réflexion engagée par les équipes de recherche du CREDOC sur l'état de la jeunesse en France met en regard les apports des ouvrages de référence récents sur la jeunesse en France avec des données originales issues des enquêtes du Centre de recherche et d'autres données produites par des instituts de référence. Elle prend le parti de souligner la dynamique propre à ce groupe social, notamment dans les champs de l'affirmation identitaire et de la consommation, sans négliger la question de l'expérience de la précarité et des inégalités sociales dans les parcours d'insertion. Elle met en avant une vision de la jeunesse en tant qu'elle constitue la phase fondatrice de l'expérience générationnelle,

⁴ *Ibid*, p.98

⁵ FIZE, Michel, *Le livre noir de la jeunesse*, Presses de la Renaissance, 2007.

⁶ TIROT Grégoire, *France Anti -jeune comment la société française exploite sa jeunesse*, Max Milo Éditions, 2008

⁷ MY BOX PRODUCTIONS (Producteurs), KHOJANDI Kyan, MUSHIO Bruno (créateurs), « Bref », 29 août 2011-12 juillet 2012, *Grand Journal*, Canal + (première diffusion).

cette manière qu'a toute nouvelle cohorte de jeunes d'appréhender son époque, d'en inventer les codes, d'en porter la modernité, de se reconnaître entre pairs dans de multiples lieux et de multiples pratiques qui font signe et fournissent, à chacun, matière à construire une identité tout à la fois individuelle et collective, reconnaissable à tous les niveaux de l'échelle sociale.

La première partie des contributions rassemblées dans ce document s'interroge sur la catégorie que constituent les jeunes, en mettant l'accent sur « **un temps et des modes de vie pleinement assumés** ». Des ouvrages récents ont alimenté cette vaste question, notamment *Sociologie de la jeunesse* et *Les jeunes* de Olivier Galland ⁸, ainsi que *Devenir adulte : sociologie comparée de la jeunesse en Europe* de Cécile Van de Velde⁹. Les analyses des auteurs du CREDOC cherchent à cerner les catégories statistiques pertinentes pour identifier le groupe social des jeunes en France (Fanette Recours), mais aussi à repérer les catégories de discours qu'empreinte et développe la presse pour parler des jeunes (Rodolphe Sury, Patrick Duchon). La question du rapport des jeunes à la politique, souvent débattue au moment des élections nationales et locales, est éclairée par la mise en évidence des comportements spécifiques de cette classe d'âge (Jörg Müller).

La seconde partie se penche sur un trait majeur du groupe des jeunes, le fait qu'ils sont « **des consommateurs actifs** ». Cette dimension s'est très amplement épanouie depuis le début des années soixante, et cela de manière paradoxale, dans la mesure où les jeunes ont un pouvoir d'achat très limité qui n'a cessé de s'éroder par rapport aux générations précédentes, comme le montre Carole Bonnet dans « *Niveaux de vie : un rattrapage des jeunes générations ?* »¹⁰. Dans la société de consommation qui caractérise le mode de vie occidental, de plus en plus partagé sur la planète, la mode vestimentaire et les produits culturels et de loisirs sont des vecteurs privilégiés investis par les jeunes pour leur affirmation identitaire. Et depuis les années 2000, c'est l'adhésion à la révolution numérique qui entraîne le plus puissamment la consommation des nouvelles générations, comme le soulignent les ouvrages sur *La génération Y*, notamment celui d'Olivier Rollot ¹¹. Les contributions du CREDOC explorent largement les formes de consommation des jeunes d'aujourd'hui et les projettent dans les deux décennies à venir pour anticiper ce que seront les quadras de demain (Pascale Hébel, Thierry Mathé). Elles développent également le rapport des jeunes aux technologies de l'information et de la communication

⁸ GALLAND Olivier, *Sociologie de la Jeunesse*, Armand Colin, 2011 (5e édition) et GALLAND Olivier, *Les Jeunes*, Editions La Découverte. 2009 (7e édition)

⁹ VAN DE VELDE Cécile, *Devenir Adulte : Sociologie comparée de la jeunesse en Europe*, Presses Universitaires de France, 2008.

¹⁰ BONNET Carole, « Niveaux de vie : un rattrapage des jeunes générations ? » *Regards croisés sur l'économie*, n°7, 2010

¹¹ ROLLOT Olivier, *La génération Y*, Presses Universitaires de France, 2012.

(Sandra Hoibian) et leurs pratiques culturelles et de loisir (Bruno Maresca, Camille Reinaud).

La troisième partie aborde la question, plus que jamais d'actualité, des incertitudes de la jeunesse sur ses conditions matérielles et sa capacité d'intégration, la condition de jeune étant associée à « **une plus grande précarité** » que la moyenne de la population. *Les jeunes Français ont-ils raison d'avoir peur ?* d'Olivier Galland¹², ou bien *Entre flexibilité et précarité : regards croisés sur la jeunesse*, sous la direction de Michel Vuille et Frantz Schultheis¹³, alimentent cette perspective, en mettant notamment en question le modèle éducatif à la française. Les chercheurs du CREDOC se sont focalisés sur deux registres essentiels, l'accès au logement (Isa Aldhégi, Léopold Gilles) et les parcours d'insertion professionnelle (Christine Olm, Lara Muller).

A travers ces contributions, le CREDOC apporte au débat public des éclairages originaux qui enrichissent les regards portés sur la dynamique de la jeunesse et la place qui lui est réservée dans le contrat social générationnel. En effet les différentes thématiques abordées permettent d'explorer la manière dont la catégorie « jeunes » est adoptée par de nombreuses politiques publiques, qui vont des politiques dites « soft »¹⁴ – domaines du sport, de la culture, de la vie associative, de l'éducation civique – aux budgets limités et aux modes de financement souvent partenariaux, aux politiques dites « hard », qui renvoient aux secteurs clés de la formation initiale, de l'employabilité et de l'accès au marché du travail. Or, Domitille Desforges souligne, dans « Les politiques de jeunesse en Europe »¹⁵, le paradoxe dont est frappée l'actuelle jeune génération : alors que la jeunesse est considérée comme une ressource à valoriser par les politiques « soft » (à travers l'encouragement au développement personnel), dans le registre du « hard », elle est avant tout regardée comme une situation handicapante qui appelle des mesures de compensation, avec le risque de naturaliser les jeunes en tant que catégorie en difficulté. La jeunesse française est ainsi particulièrement marquée par la déconnexion entre l'accès à une citoyenneté active d'un côté, et l'accès aux droits sociaux et à des ressources financières stables et pérennes de l'autre, qui sont conditionnés par l'entrée sur le marché du travail.

¹²GALLAND Olivier, *Les Jeunes Français ont-ils raison d'avoir peur ?*, Armand Colin, 2009.

¹³ VUILLE, Michel (dir.), SCHULTHEIS, Franz (dir.), *Entre flexibilité et précarité : Regards croisés sur la jeunesse*, L'Harmattan, 2007.

¹⁴ Walther A., "Regimes of youth transition, flexibility and security in young people's experiences across different european contexts", *Young*, vol. 14, n°2:126, 2006. Cité dans Loncle P., Muniglia V., dans « Les catégorisations de la jeunesse en Europe au regard de l'action publique », *Politiques sociales et familiales* n°102, décembre 2010.

¹⁵DESFORGES Domitille, « Les politiques de jeunesse en Europe » *Regards croisés sur l'économie*, n°7, 2010.

Les contributions rassemblées dans ce document se donnent pour perspective une plus grande compréhension de l'articulation entre ces deux dimensions, question clé pour la réussite d'une approche générationnelle de l'action publique. Celle-ci ne doit pas perdre de vue que la citoyenneté active comme la consommation sont des processus d'intégration essentiels à la dynamique sociale, qui ne peuvent fonctionner indépendamment de l'accès des jeunes aux ressources économiques. Construire un capital social et culturel, garant de la socialisation et de l'exercice de la citoyenneté, et développer une employabilité qui ouvre l'accès aux droits sociaux, ne sont pas deux registres de construction disjoints. Leur synergie a besoin d'être stimulée par un contrat générationnel équilibré.

CHAPITRE 1 – ETRE JEUNE : UN TEMPS, UN MODE DE VIE PLEINEMENT ASSUMES

1. LES JEUNES : DE QUI PARLE-T-ON ? (FANETTE RECOURS)

L'intérêt des sociologues pour les jeunes est relativement récent. Philippe Ariès (1973)¹⁶ montre qu'à chaque époque de l'histoire, il existe un âge privilégié et une périodisation particulière de la vie humaine : l'enfance est par exemple l'âge privilégié du XIX^{ème} siècle et l'adolescence, celui du XX^{ème} siècle. Dans la société médiévale jusqu'au XII^{ème} siècle environ, le sentiment de l'enfance n'existe pas. Dès que l'enfant dépasse la période de forte mortalité, il se confond avec la société des adultes¹⁷. Aux XVI^{ème} et XVII^{ème} siècles, l'enfance devient une période valorisée car certains philosophes et hommes de loi considèrent qu'il faut une période d'éducation avant de rejoindre le monde des adultes. À partir du XVIII^{ème} siècle, cette valorisation de l'enfance entraîne des différenciations sociales plus marquées dans les écoles, les familles bourgeoises n'acceptant plus le « mélange » pour éduquer leurs enfants (Philippe Ariès, 1973).

Régis Bigot et Claire Piau (2003)¹⁸ rappellent que les premiers travaux scientifiques sur la jeunesse sont apparus au début du XX^{ème} siècle, avec le développement de la psychologie et de la sociologie. À partir des travaux de Granville Stanley Hall (1844-1924) aux États-Unis – qui a fortement influencé Pierre Mendousse¹⁹ (1910) en France –, la jeunesse devient un objet d'étude à part entière, sur des bases de physiologie et de psychologie.

Cette sociologie de la jeunesse, propre au XX^{ème} siècle, connaît selon Bernard Roudet (2009)²⁰ cinq grands moments : entre 1945 et 1950, les « jeunes » n'existent pas à proprement parler, ils ne sont pas en conflit avec la génération précédente. Ils en ont intégré les valeurs ; les rites de passage entre l'enfance et l'âge adulte sont bien définis : mariage, service militaire... Dans les années 1960, la jeunesse commence à être étudiée en France, avec l'image d'une « culture juvénile liée aux loisirs, support d'une autonomisation à l'égard du monde des adultes et d'une opposition avec lui ». Dans les années 1970 s'opposent les tenants d'une sociologie de la jeunesse à ceux qui remettent

¹⁶ Philippe Ariès, L'enfant et la vie familiale sous l'Ancien Régime, Seuil, 1973.

¹⁷ Alain Beitone, Christine Dollo, Jacques Gervasoni, Emmanuel Le Masson, Christophe Rodrigues, Sciences sociales, 4^{ème} édition, Sirey, 2004.

¹⁸ Régis Bigot, Claire Piau, Peut-on parler d'une opinion de la jeunesse, Cahier de recherche n°181, CREDOC, 2003.

¹⁹ Pierre Mendousse, Du dressage à l'éducation, Paris, F. Alcan, 1910.

²⁰ Bernard Roudet, (Dir.) Les jeunes en France, Québec (Canada), Les presses de l'université Laval – INJEP, coll. « Regards sur la jeunesse du monde », 2009.

en cause cette démarche. Pierre Bourdieu (1984) pense notamment que « la jeunesse n'est qu'un mot » (nous y reviendrons). Au début des années 1980, les jeunes des classes populaires sont l'objet d'investigations nouvelles ou renouvelées « au prisme des préoccupations politiques et médiatiques » (délinquance, sécurité). À partir du milieu des années 1980, la jeunesse se définit davantage comme une phase complexe entre le passage de l'enfance à l'âge adulte (Clemence Helfter, 2010²¹).

Depuis, de nombreuses études sur la jeunesse ont été menées, avec notamment de plus en plus de comparaisons internationales. Vincenzo Cicchelli (2010)²² note que depuis le rapport de Bertrand Schwartz sur l'insertion sociale des jeunes (1981)²³, jusqu'au Livre vert du Haut-Commissariat à la jeunesse (Collectif, 2009)²⁴, nombreux ont été les travaux, commandés par les pouvoirs publics et les instances administratives, poursuivant le double objectif de mieux connaître la condition juvénile et de préconiser des solutions aux problèmes que rencontre la jeunesse.

1.1. La jeunesse comme âge transitoire : un fait social instable ?

1.1.1. Une période de transition vers l'âge adulte

L'adolescence se définit comme la période durant laquelle l'individu se forme (à l'école ou en apprentissage), tandis que la jeunesse vient après, juste avant l'âge adulte. Elle correspond à un processus de socialisation, une phase intermédiaire permettant l'apprentissage des rôles adultes (Emile Durkheim). Pour Shmuel Noah Eisenstadt²⁵, « *la définition culturelle de l'âge est un important constituant de l'identité d'une personne, de la perception qu'elle a d'elle-même, de ses besoins psychologiques et de ses aspirations, de sa place dans la société, et du sens ultime de sa vie* ». L'idée de l'auteur est qu'à chaque âge, correspond une identité différente de la personne, et cette identité constitue le socle à partir duquel se formeront ses représentations, ses attitudes et ses opinions. Le problème est le suivant : si l'âge semble être une donnée très objective, l'agrégat de différents âges est bien une construction sociale. De tels découpages, parfaits pour les statisticiens, se heurtent au problème de discontinuité entre la jeunesse et la vieillesse.

²¹ Clémence Helfter, Comptes rendus de lecture du livre de Bernard Roudet (Dir.), *Regard sur... Les jeunes en France, Politiques sociales et familiales*, n°102, CNAF, décembre 2010.

²² Vincenzo Cicchelli, « La jeunesse en Europe : modes d'interventions publiques, savoirs sociologiques et réalités sociales », *Politiques sociales et familiales*, n°102, CNAF, décembre 2010.

²³ Bertrand Schwartz, *Rapport sur l'insertion professionnelle et sociale des jeunes*, Paris, Éditions Apogée (2e édition 2007), 1981.

²⁴ Collectif, « Reconnaître la valeur de la jeunesse », *Livre vert*, Commission de concertation sur la politique de la jeunesse, 2009.

²⁵ Shmuel Noah Eisenstadt, « Archetypal Patterns of Youth », *The Challenge of Youth*, Erikson (Editeur), New York, Basic Books, 1963.

1.1.2. Des transitions plus floues

Les difficultés d'une définition de la jeunesse apparaissent dans les travaux de Talcott Parsons²⁶ (1942), qui remarque que l'allongement de la durée moyenne des études contribue à accroître l'indétermination du statut de la jeunesse. C'est aussi ce que souligne Pierre Mendras qui montre qu'en France, depuis les années 1970, le marqueur d'âge qui était alors commun à tout le monde (après 24 ans, chacun est « établi ») n'a plus lieu d'être et une période intermédiaire s'installe dans toutes les catégories sociales.

Les transitions se font alors plus floues. L'entrée dans la vie adulte est jugée aujourd'hui plus longue, avec des contours de moins en moins définis, d'une part parce que l'âge des « premières fois » se décale (premier emploi stable, premier logement autonome, mise en couple...) et d'autre part parce que depuis la révolution des années 1960, l'âge adulte semble avoir « *perdu de son pouvoir de séduction et ne constitue plus la norme à atteindre* » (Madeleine Gauthier, 2000²⁷).

Premièrement, l'âge auquel les jeunes ont aujourd'hui leur premier enfant est plus élevé qu'avant. D'après l'INED (2009)²⁸, vers 1970, les Françaises avaient leur premier enfant à 24 ans en moyenne ; aujourd'hui, c'est à 28,5 ans. Bernard Roudet (2009) rappelle qu'après avoir baissé au cours des années 1950 et 1960 pour atteindre un minimum de 26,7 ans en 1975, l'âge moyen à la naissance (tout enfant confondu) est depuis remonté régulièrement. D'après le dernier bilan démographique de l'INSEE, il s'établit à 30,1 ans en 2010, après 30 ans en 2009 (Anne Pla, Catherine Beaumel, 2011²⁹). Les femmes âgées de 35 à 39 ans sont beaucoup plus nombreuses à accoucher qu'il y a vingt ans (17% des naissances contre 10%). À l'inverse, seulement 46% des bébés nés en 2010 ont une mère de moins de 30 ans, alors qu'ils étaient 62% en 1990.

Ces données ne concernent que les femmes. L'enquête Conditions de vie et Aspirations des Français (CREDOC) permet de savoir si la personne interrogée a déjà eu un enfant ou non. L'âge médian des personnes ayant eu un enfant est passé de 25 ans entre 1993 et 1994 à 27,5 ans en 2009-2010. De même, alors que 38% des 18-29 ans avaient déjà un enfant en 1979-1980, on n'en compte plus que 24% en 2009-2010.

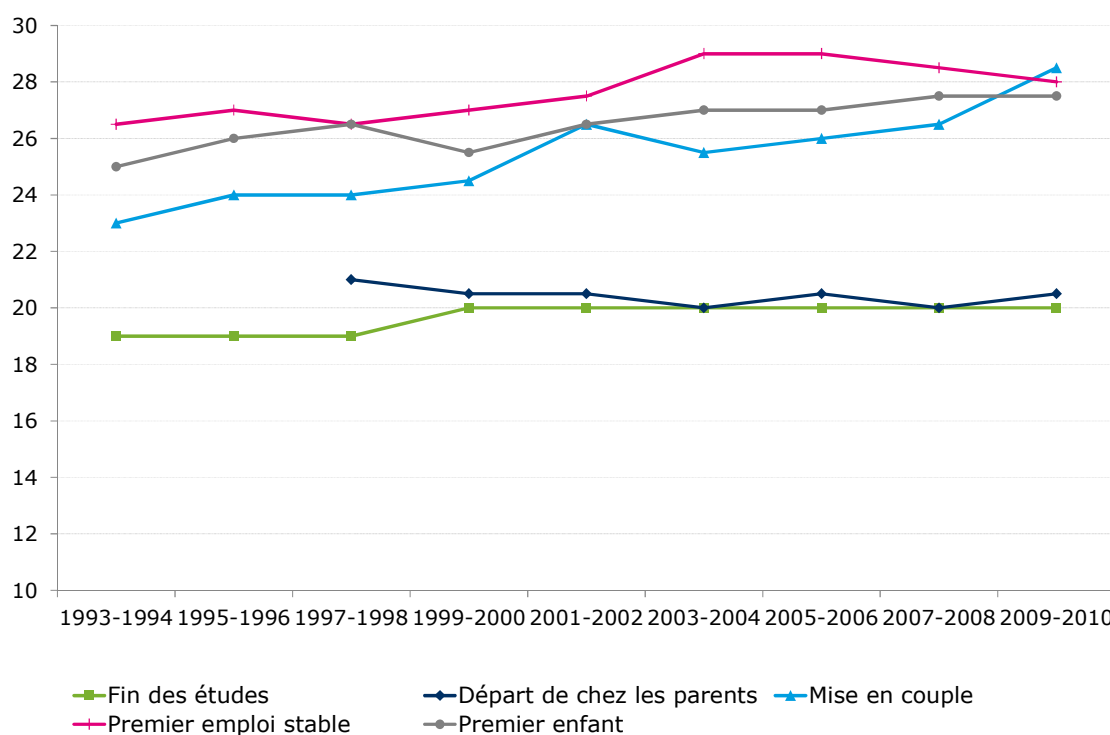
²⁶ Talcott Parsons, « Age and Sex in the Social Structure of the United-States », *American Sociological Review*, vol. vii (5), octobre 1942.

²⁷ Madeleine Gauthier, « L'âge des jeunes : "un fait social instable" », *Lien social et Politiques*, n° 43, 2000.

²⁸ http://www.ined.fr/fr/tout_savoir_population/fiches_actualite/baisse_fertilite_age/

²⁹ Anne Pla, Catherine Beaumel, « Bilan démographique 2010, La population française atteint 65 millions d'habitants », *Insee Première*, n° 1332, Janvier 2011.

Graphique 1 : Âge médian des étapes de passage à l'âge adulte, selon les années

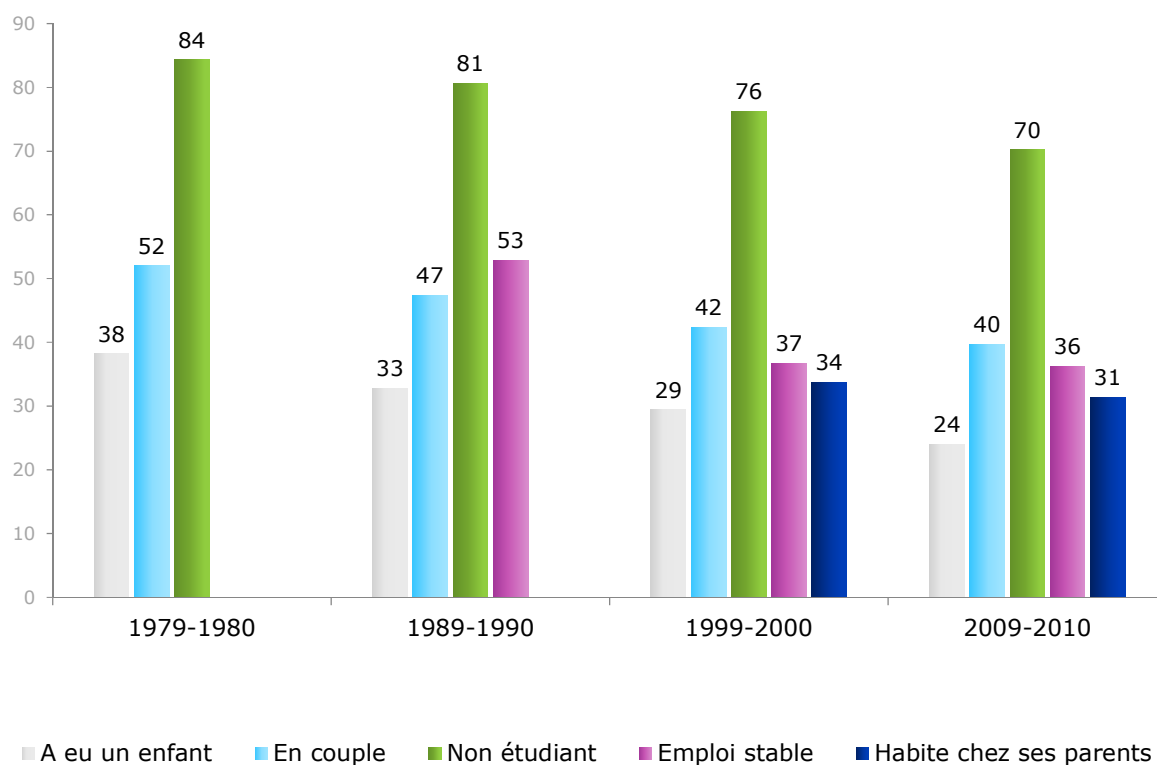


Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français »

Deuxièmement, la séquence du franchissement des étapes de l'entrée dans l'âge adulte n'est plus aussi linéaire qu'avant. Ainsi, les naissances ne supposent plus le mariage, considéré autrefois comme une étape préalable. Entre 1999 et 2006 en France métropolitaine, la proportion de jeunes de 20 à 24 ans vivant en couple, mariés ou non, est stable (Fabienne Daguet et Xavier Niel, 2010)³⁰. La tendance à la baisse observée depuis 1982 s'interrompt. Pour les 25-29 ans en revanche, la mise en couple continue de diminuer, mais plus lentement qu'auparavant. L'âge médian des personnes célibataires (et non séparées) dans l'enquête Conditions de vie et Aspirations des Français (CREDOC) est passé de 23 ans en 1993-1994 à 28,5 ans en 2009-2010. Quant à la proportion de personnes en couple, elle a perdu 12 points depuis 1979-1980 (de 52% à 40%).

³⁰ Fabienne Daguet et Xavier Niel, « Vivre en couple, La proportion de jeunes en couple se stabilise », *Insee première*, n° 1281, février 2010.

Graphique 2 : Proportion des 18-29 ans qui ont franchi les étapes de passage à l'âge adulte



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français »

Troisièmement, l'autonomie financière tend à être retardée dans le temps. Entre 1979 et 2010, la proportion d'étudiants dans la tranche d'âge 18-29 ans est passée de 16 à 30%. Entre 1989 et 2010, la proportion de 18-29 ans en emploi stable (CDI ou à leur compte) a fortement diminué, passant de 53% à 36%. L'âge médian pour avoir un emploi stable est passé de 26,5 ans en 1993-1994 à 28 ans en 2009-2010.

Le recul de l'âge de mise en couple et le report du premier emploi stable ne semblent pas jouer beaucoup sur l'âge médian de départ du logement parental, qui reste proche de 21 ans depuis 1997-1998. Néanmoins, il s'agit d'une semi-autonomie. Bernard Roudet (2009) constate que, depuis le début des années 1980, l'allongement des études et la précarité professionnelle retardent le moment où les jeunes peuvent s'installer dans un logement payé par eux-mêmes. Une période de semi-autonomie suit de plus en plus la décohabitation familiale et tend à s'allonger.

Flora Chanvril et al. (2009)³¹ résument l'évolution de la décohabitation : en France, jusqu'au XIX^{ème} siècle, les enfants quittaient très tôt le domicile parental afin d'avoir un

³¹ Flora Chanvril, Anne-Sophie Cousteaux, Viviane Le Hay, Laurent Lesnard, Chloé Méchinaud, Nicolas Sauger, « La parentalité en Europe, Analyse séquentielle des trajectoires d'entrée dans l'âge adulte à partir de l'Enquête sociale européenne », *Dossier d'étude n° 122*, Sciences Po, Novembre 2009.

emploi. Avec l'industrialisation, ils restent beaucoup plus chez leurs parents, avec qui ils participent grandement à la vie de la famille. Depuis le début des années 1980, « *on ne quitte plus le domicile parental par nécessité ou pour se marier, mais par envie d'indépendance résidentielle* » (p.29).

1.1.3. Les jeunes : un concept socialement sous influence

Non seulement les transitions sont de plus en plus floues mais elles ne sont pas nécessairement applicables à l'ensemble de la population. Pour Pierre Bourdieu, l'âge est « *une donnée biologique socialement manipulable et manipulée* »³² : la jeunesse et la vieillesse ne sont pas identifiables dans l'absolu, car elles sont construites socialement. Les limites d'âge varient donc selon l'organisation des sociétés et selon les représentations qu'elles se font de cette période de la vie. Par exemple, Madeleine Gauthier (2000) rappelle que dans la Rome ancienne, c'est l'institution romaine de la *patria potestas* (puissance paternelle) qui dictait les âges de la vie. Tant que le père était vivant (Rome était définie comme la cité des pères), le fils ne pouvait devenir adulte mais demeurait un *juventus*. Ainsi, « *l'infantia dure jusqu'à sept ans, suivi de la pueritia jusqu'à quatorze, de l'adulescentia jusqu'à vingt-huit, de la juvenus jusqu'à cinquante* » (Giovanni Levi et Jean-Claude Schmitt, 1996³³).

De la même façon aujourd'hui, Patricia Loncle et Virginie Muniglia (2010)³⁴ montrent combien il est difficile de penser une catégorisation publique transversale de la jeunesse en Europe car les trajectoires varient en fonction des situations nationales. Vitor Sérgio Ferreira et Cátia Nunes (2010)³⁵ rappellent que « *les schémas de régulation varient considérablement d'un pays à l'autre (éducation, formation, emploi, logement, système de protection sociale, participation à la vie civique, politique publique à l'égard des jeunes...), mais aussi en fonction de la situation économique individuelle (plus ou moins développée et stable) et des conditions historicoculturelles (sexe, famille, appartenance ethnique, mobilité sociale...)* ». Les auteurs utilisent l'enquête de l'European Social Survey³⁶ pour montrer ces différences : en Europe du Nord, on constate une indépendance rapide puis une longue période avant la mise en couple (politique sociale envers les jeunes et système d'éducation, de formation, d'emploi souple) ; en Europe centrale, les stades

³² Selon lui, cette manipulation serait conduite par les plus âgés, qui voudraient tenir à l'écart du pouvoir (économique ou politique) les jeunes générations.

³³ Giovanni Levi, Jean-Claude Schmitt, *Histoire des jeunes en Occident*, tomes 1 et 2, Paris : Seuil, 1996.

³⁴ Patricia Loncle, Virginie Muniglia, « Les catégorisations de la jeunesse en Europe au regard de l'action publique », *Politiques sociales et familiales*, n°102, CNAF, décembre 2010.

³⁵ Vitor « Sérgio Ferreira, Cátia Nunes, « Les trajectoires de passage à l'âge adulte en Europe », *Politiques sociales et familiales*, n°102, CNAF, décembre 2010.

³⁶ L'European Social Survey (depuis 2002) est un vaste dispositif d'enquête comparative et longitudinale sur les attitudes des Européens, réalisé à partir de la passation tous les deux ans d'un questionnaire auprès d'échantillons nationaux représentatifs des résidents dans près de trente pays. Échantillonnage par tirage aléatoire, en face à face.

d'émancipation s'étalent davantage dans le temps, les jeunes mettent plus de temps à partir de chez leurs parents (moins de politiques sociales aidant financièrement les jeunes) ; en Europe de l'Est, l'enchaînement est plus continu.

D'autres exemples montrent cette instabilité d'une définition de la jeunesse dans le temps et dans l'espace. Cécile Van de Velde (2008³⁷), en étudiant quatre pays européens, dégage quant à elle quatre formes d'expérience du devenir adulte. Elle les nomme respectivement : « se trouver » (typique du Danemark, logique de développement personnel), « s'assumer » (Grande-Bretagne, émancipation individuelle), « se placer » (France, enjeu des études et du premier emploi) et « s'installer » (Espagne, prolongement de l'appartenance familiale). Y compris du point de vue des valeurs, on observe des différences. L'enquête ESS montre qu'en France, mais aussi en Belgique, en Irlande, au Royaume-Uni et dans quelques pays de l'Est, les individus pensent majoritairement que c'est l'emploi à temps plein qui marque l'entrée dans l'âge adulte ; les Scandinaves évoquent en priorité le départ du domicile parental ; les Portugais, les Polonais et les Bulgares soulignent l'importance de devenir parents dans le processus.

Ces comparaisons montrent la force des modèles nationaux de fabrication de la jeunesse européenne (Olivier Galland, 2008³⁸), modèles qui sont, à leur tour, l'issue de politiques publiques et autres contraintes structurelles, de cultures nationales et familiales, des façons bien spécifiques de se représenter le lien entre les générations et de faire une place à la jeunesse (Vincenzo Cicchelli, 2010).

1.2. La définition des bornes de la jeunesse

Au-delà des facteurs purement biologiques, on peut mettre en avant des similitudes de comportements. D'après Vincenzo Cicchelli (2010), on assiste à une plus grande autonomisation des jeunes vis-à-vis de la société des adultes sur le plan des goûts culturels (dans leurs choix musicaux et vestimentaires notamment), et de la vie intime (dans le domaine des relations sentimentales et sexuelles). Cette prise d'autonomie a été favorisée sans doute par une transformation profonde de la socialisation familiale (en particulier au niveau de l'exercice de l'autorité parentale), par l'importance grandissante prise par le groupe des pairs au niveau de la régulation des conduites individuelles. La montée des « cultures adolescentes » a été favorisée par un plus grand accès à des

³⁷ Cécile Van de Velde, « Jeunesses d'Europe. Trajectoires comparées », *Projet*, n°305, Ceras, juillet 2008.

³⁸ Olivier Galland, « Les jeunes et la société : des visions contrastées de l'avenir », in *Les jeunesses face à leur avenir, Une enquête internationale* (sous la dir. de Stellingner A.), Paris, Fondation pour l'Innovation politique, 2008.

produits de grande consommation, toujours plus diversifiés (Dominique Pasquier, 2005³⁹ ; Olivier Galland, 2010⁴⁰).

Un autre trait commun à la jeunesse pourrait être son utilisation des réseaux sociaux ou un goût plus prononcé pour les voyages, facilité par une plus grande mobilité internationale durant les études (d'après le Ministère de l'Enseignement et de la Recherche, la part des étudiants français en mobilité⁴¹ a augmenté de 35% entre 2003 et 2008-2009). Une autre caractéristique commune concerne la grande incertitude de la jeunesse européenne quant à son avenir (Carmen Leccardi, 2006⁴²) et des grandes difficultés d'insertion sociale et professionnelle. Dans ce contexte, les jeunes auraient à la fois une plus grande autonomie relationnelle et une très grande dépendance sociale.

La définition des critères à retenir pour qualifier la « jeunesse » est donc compliquée. Si l'on considère uniquement les différentes étapes de passage à l'âge adulte, comment juger les personnes au foyer, les personnes qui n'ont jamais vécu en couple, les personnes qui n'ont jamais eu d'enfant ? Quant à l'âge, s'il satisfait le statisticien car c'est une donnée qui semble « objective » et systématiquement disponible, son découpage demeure arbitraire. Peut-on vraiment juger de la même manière un ouvrier de 22 ans qui serait en couple et un étudiant du même âge vivant encore chez ses parents ?

L'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) retient désormais la tranche 15-29 ans comme bornes d'âge pour délimiter la jeunesse, mais pendant longtemps, en France, la jeunesse était délimitée d'un point de vue statistique par la classe d'âge des 15-24 ans (Bernard Roudet, 2009).

Le Graphique 2 montre à quel point l'entrée dans l'âge adulte est un processus qui s'étire dans la durée. Régis Bigot et Claire Piau (2003) notent que, parmi les cinq critères permettant de déterminer qu'un individu est adulte ou ne l'est pas, il en est deux qui prêtent moins facilement à la discussion : la fin des études et l'autonomie résidentielle. Ces deux étapes sont moins discutables car tout le monde – ou presque – passe par ces deux moments de la vie. En revanche, tout le monde n'accède pas forcément à un emploi (les personnes au foyer), tout le monde ne vit pas nécessairement en couple et certains n'auront jamais d'enfants. Certes, ces critères correspondent aux représentations les plus courantes – dans notre pays – de ce que peut être la vie adulte, mais elles sont très relatives et subjectives. En retenant comme seuls critères la fin des études et l'accession à

³⁹ Dominique Pasquier, *Cultures lycéennes*, Paris, 2005, Autrement.

⁴⁰ Olivier Galland, « Introduction. Une nouvelle classe d'âge ? », *Ethnologie française*, n° 40, 2010.

⁴¹ Ministère de l'Enseignement et de la Recherche, « Les Étudiants français champions de la mobilité », 2010, <http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid51881/les-etudiants-francais-champions-mobilite-erasmus.html>.

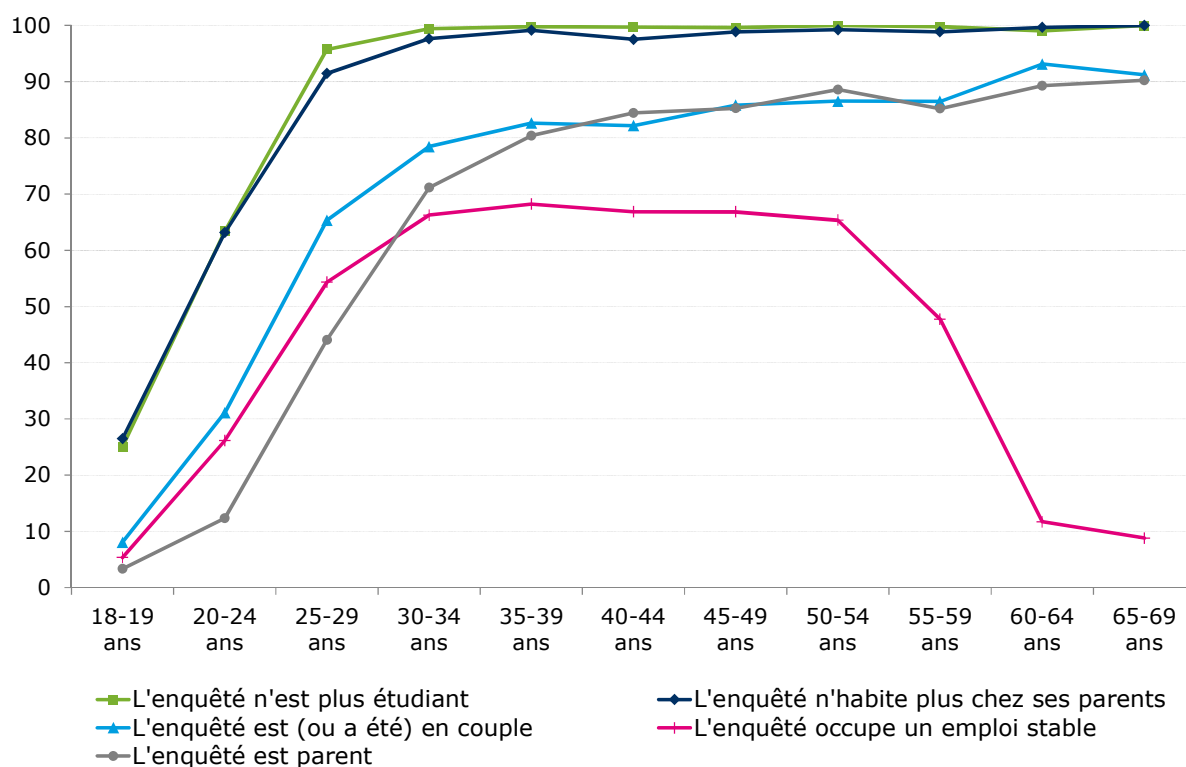
⁴² Carmen Leccardi, *Facing uncertainty. Temporality and Biographies in the New Century*, Hampshire, Ashgate, 2006.

l'autonomie résidentielle, on observe que la proportion « d'adultes » croît fortement entre 18 et 29 ans pour ralentir significativement par la suite. Nous retiendrons donc, comme l'INSEE, cette borne supérieure de 29 ans.

Concernant la borne inférieure, nous choisissons de la relever par rapport à l'INSEE afin de prendre en compte les facteurs plus institutionnels (droit de vote, droit de passer le permis de conduire...).

Graphique 3 : Le calendrier des étapes vers l'âge adulte

- Proportion d'individus ayant franchi les étapes suivantes, en % -



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », 2009-2010

Une fois ces bornes fixées, il est possible de caractériser les 18-29 ans par certains traits sociodémographiques marquants (Tableau 1) : les jeunes sont plus diplômés que les adultes, vivent davantage dans les grandes agglomérations ; on note une surreprésentation évidente des étudiants mais aussi des employés et ouvriers chez les 18-29 ans par rapport aux trente ans et plus. Dans cette tranche d'âge se trouvent davantage de personnes célibataires et en concubinage. Les trois quarts n'ont pas encore d'enfants. Une large majorité sont locataires, avec des loyers qui pèsent, on le sait, de plus en plus lourd dans leur budget⁴³.

⁴³ Voir Régis Bigot et Sandra Hoibian, *Les difficultés des Français face au logement*, Cahier de recherche n°265, CREDOC, décembre 2009, <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C265.pdf>.

1.3. « La jeunesse n'est qu'un mot »

La jeunesse n'est pas un bloc monolithique, mais comporte des composantes très diverses (Selon Bourdieu, « la jeunesse n'est qu'un mot »). Les analyses qui suivent montrent que la tranche d'âge 18-29 ans recouvre des réalités sociales très différentes.

1.3.1. Mise en couple et parentalité : plus fréquente chez les femmes

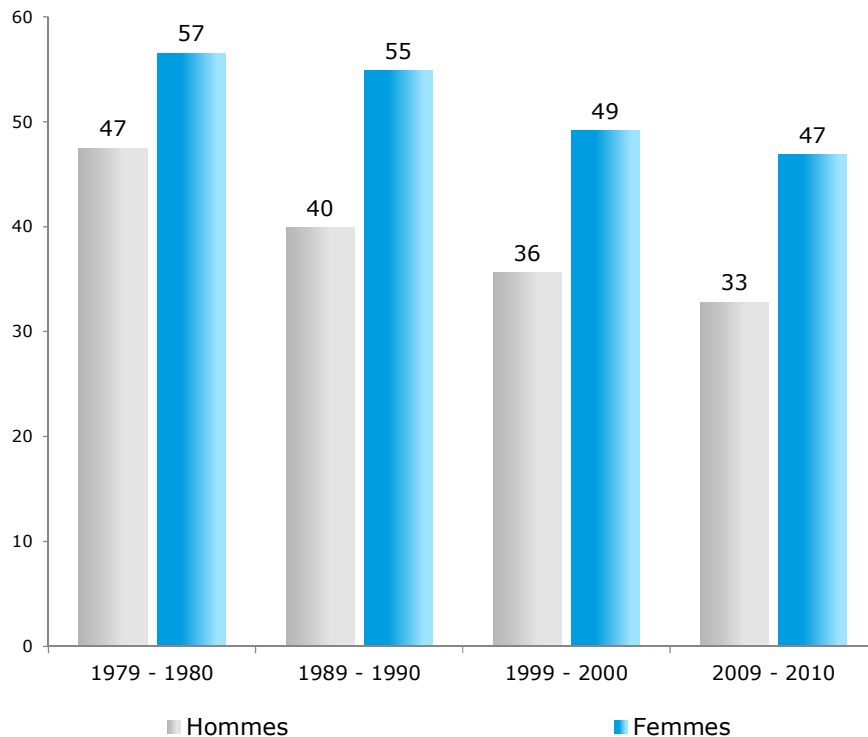
Les filles quittent généralement plus tôt le domicile parental que les garçons (Yves Jauneau, 2007)⁴⁴ : entre 18 et 21 ans, une jeune fille sur quatre ne vit déjà plus chez eux contre seulement un jeune homme sur dix. Cela s'explique par une mise en couple et une parentalité plus précoces. D'après l'enquête Conditions de vie et Aspirations des Français (CREDOC), parmi les 18-29 ans, presque une femme sur deux (47%) est en couple, contre un homme sur trois (33%) en 2009-2010. L'écart était plus faible en 1979-1980 : 57% des femmes étaient en couple, contre 47% des hommes. Cela n'a rien d'étonnant lorsque l'on sait que dans six couples sur dix, l'homme est plus âgé que la conjointe (Mélanie Vanderschelden, 2006⁴⁵). De plus, pour une femme, se mettre en couple jeune augmente les chances que son conjoint soit nettement plus âgé qu'elle.

Des différences similaires s'observent autour de la parentalité. Du point de vue des valeurs, les femmes mettent davantage en avant que les hommes la parentalité dans la définition du passage à l'âge adulte, tandis que les hommes insistent davantage sur l'indépendance (avoir un emploi et un logement hors du domicile parental). L'enquête ESS montre qu'en France, les hommes sont 80% à privilégier une définition professionnelle de l'âge adulte, contre 60% des femmes (Flora Chanvril et al., 2009).

⁴⁴ Yves Jauneau, « L'indépendance des jeunes adultes : chômeurs et inactifs cumulent les difficultés », *Insee Première*, n° 1156, Septembre 2007.

⁴⁵ Mélanie Vanderschelden, « L'écart d'âge entre conjoints s'est réduit », *Insee Première*, n° 1073, avril 2006.

Graphique 4 : Pourcentage de 18-29 ans en couple, selon le sexe



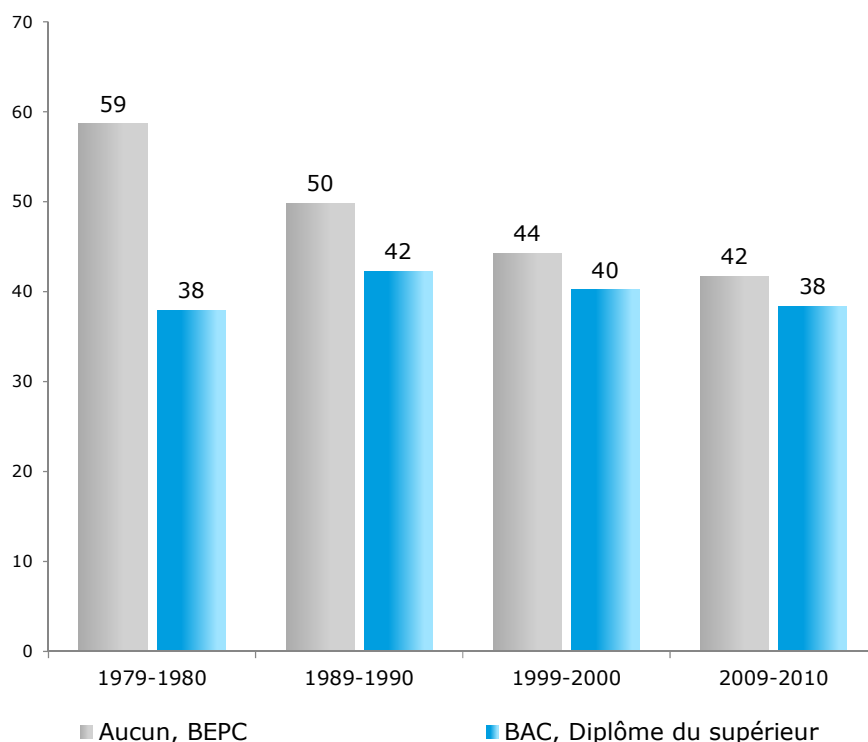
Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français »

1.3.2. Les non-diplômés sont moins en couple qu'autrefois

Tandis qu'en 1979-1980, les jeunes moins diplômés étaient nettement plus souvent en couple que les plus diplômés (59%, contre 38%), l'écart s'est très fortement réduit en 2009-2010 (42%, contre 38%). On peut parler d'un effet de rattrapage, qui disparaît cependant pour les femmes à partir de 40 ans : si entre 1999 et 2006, les différences liées au diplôme se sont estompées pour les jeunes femmes, les disparités sociales à l'égard de la vie à deux se maintiennent passé 40 ans (les diplômées vivent d'autant moins en couple que leur niveau d'études est élevé). Concernant les hommes, à tout âge, les moins diplômés vivent moins souvent en couple que les plus diplômés (Fabienne Daguet et Xavier Niel, 2010).

Ce sont donc surtout les comportements des moins diplômés qui ont changé, dans le choix de la mise en couple. De la même façon, la proportion de jeunes parents chez les moins diplômés a fortement diminué en trente ans.

Graphique 5 : Pourcentage de 18-29 ans en couple, selon le diplôme



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français »

1.3.3. Des inégalités sociales fortes

Quand Bourdieu affirme que la jeunesse n'est qu'un mot, c'est pour dénoncer l'oubli des différences de classe (Flora Chanvril et al., 2009). Il est au minimum nécessaire, selon lui, de distinguer deux jeunesse, entre actifs et étudiants du même âge, c'est-à-dire entre enfants des classes populaires et enfants des classes supérieures. La phase d'insertion professionnelle est plus longue mais varie selon le niveau de formation des jeunes. Les Français qui ont fait des études supérieures sont les moins touchés par le chômage, contrairement à ceux qui se sont dirigés vers une filière technique et qui se sont arrêtés tôt. Ainsi, l'insertion des jeunes dans l'emploi est d'autant plus rapide qu'ils possèdent un diplôme élevé (Pauline Givord, 2006⁴⁶).

La situation par rapport à l'emploi n'est pas la seule étape marquée par les différences sociales. Par effet de dominos, les autres étapes deviennent plus délicates à franchir. Comme le notent Pierrine Robin et Andreas Oehme (2010)⁴⁷, si la jeunesse s'allonge et si l'on note des allers-retours entre les différentes étapes (par exemple, un retour au

⁴⁶ Pauline Givord, « L'insertion des jeunes sur le marché du travail entre 2002 et 2004 », *Insee Première*, n°1061, Janvier 2006.

⁴⁷ Pierrine Robin, Andreas Oehme, « Les dispositifs d'accompagnement à l'âge adulte des jeunes vulnérables : regards croisés France-Allemagne », *Politiques sociales et familiales*, n°102, CNAF, décembre 2010.

domicile des parents après une séparation), le passage à l'âge adulte est d'autant plus difficile pour les jeunes en difficultés sociales et familiales. Pour ces jeunes, les étapes ont souvent toutes lieu simultanément et sans aide familiale (Mike Stein et Emily R. Munro, 2008⁴⁸). Cette difficulté est d'autant plus présente dans les régimes d'Etat-providence conservateurs, comme l'Allemagne et la France (Gøsta Esping-Andersen, 1990⁴⁹), qui font reposer principalement sur la famille la gestion de cette période du cycle de vie (Cécile Van de Velde, 2008⁵⁰). De même, le départ du domicile parental est très lié à la situation professionnelle : il concerne seulement 17% des étudiants, 62% des jeunes ayant un emploi temporaire et 82% de ceux ayant un emploi permanent (Yves Jauneau, 2007).

Ne plus vivre chez ses parents, mais avec un faible niveau de vie

D'après l'INSEE (Yves Jauneau, 2007), environ 17% des jeunes adultes ne vivant pas chez leurs parents sont pauvres en termes de conditions de vie contre 13% pour l'ensemble de la population. 29% d'entre eux vivent dans des logements jugés trop petits (contre 16% pour l'ensemble de la population), 29% dans des logements difficiles à chauffer (contre 24%) et 21% ont des découverts bancaires réguliers (contre 13%). Les conditions de vie sont particulièrement difficiles chez les chômeurs et les inactifs (hors étudiants). L'auteur montre qu'aux effets d'âge, de sexe, de situation familiale, de niveau de vie, de statut d'occupation du logement, de zone d'habitation et de diplôme fixés, ils ont un risque 1,8 fois plus grand d'être pauvres que ceux ayant un emploi temporaire et un risque 3,6 fois plus élevé que ceux ayant un emploi permanent.

1.3.4. Une typologie en 6 classes

Pour illustrer cette pluralité de la jeunesse, nous avons construit une typologie des différentes étapes d'entrées dans la vie adulte⁵¹. Cette typologie est menée sur le regroupement des années 2007 à 2010 de l'enquête Conditions de vie et Aspirations des

⁴⁸ Mike Stein, Emily R. Munro, *Young people's transitions from care to adulthood: International research and practice (child welfare outcomes)*, London and Philadelphia, Jessica Kingsley Publishers, 2008.

⁴⁹ Gøsta Esping-Andersen, *The three worlds of welfare capitalism*, New Jersey, Princeton University Press, 1990.

⁵⁰ Cécile Van de Velde, *Devenir adulte. Sociologie comparée de la jeunesse en Europe*, Paris, Presses universitaires de France, collection Le Lien Social, 2008.

⁵¹ La méthode utilisée consiste à réaliser une typologie découlant d'une classification sur facteurs, menée en deux temps : une première étape consiste à extraire l'essentiel de la variabilité des individus par une analyse factorielle (la consultation étant décrite par des variables qualitatives, il s'agit d'une Analyse des Correspondances Multiples ACM). Les facteurs obtenus à l'issue de l'analyse ordonnent l'information de sorte que la suite de facteurs constitue une suite d'axes indépendants de variabilité maximale. La deuxième étape consiste en une classification ascendante hiérarchique (CAH) des individus à partir de leurs coordonnées sur les premiers axes retenus à l'issue de l'ACM. Cette classification automatique est un algorithme de calcul regroupant les individus ayant un profil de comportement similaire. L'intérêt est d'obtenir des groupes dont la variabilité interne est la plus faible possible (individus homogènes) et dont la variabilité entre groupes est la plus forte possible (groupes aux comportements très différents), cela en prenant en compte l'ensemble des variables qui constituent le type de consultation. Cette méthodologie permet de dégager des stéréotypes dans la population, de quantifier leur présence au sein de cette population et de décrire leurs caractéristiques tant du point de vue du comportement qui a servi à les construire que des autres variables présentes dans l'enquête.

Français (CREDOC). Six classes ont été retenues. Elles permettent de mettre en évidence quelques éléments centraux de qualification des 18-29 ans aujourd'hui (voir Tableau 2) :

- **69% ne vivent plus chez leurs parents** (classes 1 à 4). Parmi eux, le plus grand nombre travaille (58%) : 44% ont un emploi stable (classes 1 et 2), 14% n'en ont pas encore (classe 3). 11% du groupe, par ailleurs, est composé d'étudiants (classe 4).
- **31% vivent encore chez leurs parents** (classes 5 et 6). Plus de la moitié (18%) sont étudiants (classe 6) ; 14% travaillent, mais la plus grande partie sont encore en instabilité professionnelle (classe 5).
- **Les étudiants représentent 29% de l'ensemble des jeunes.**
- **Un quart des jeunes ont au moins un enfant à charge** (classe 1).



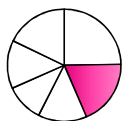
Classe 1 : Les installés avec enfants (25%)

Dans cette classe, sont surreprésentés les jeunes qui ont franchi les étapes de passage à l'âge adulte : ce sont des individus avec enfants, en couple, qui n'habitent plus chez leurs parents et qui ne sont plus étudiants. On y trouve plutôt des 25-29 ans, des femmes, en emploi stable (plutôt CDI du privé, employés, ouvriers ou des personnes au foyer), avec des niveaux de diplôme peu élevés et des revenus moyens.

Le logement est davantage pour eux une lourde – voire très lourde – charge. On note une surreprésentation des personnes pour lesquelles le nombre de pièces dans l'habitat est insuffisant. Ils touchent plus que les autres des prestations versées par la CAF, mais moins souvent une aide au logement. Ils sont plus nombreux à penser que les prestations destinées aux familles sont insuffisantes, surtout pour les enfants en bas-âge. Les personnes qui s'imposent régulièrement des restrictions y sont plus nombreuses. Un plus grand nombre a connu une période de chômage. Ils partent moins en vacances, sont plus nombreux à posséder une télévision et une voiture, mais sont moins équipés d'internet à domicile. Ils sont peu attirés par les produits comportant des innovations technologiques, regardent plus souvent la télévision et font moins souvent partie d'associations (sauf éventuellement parents d'élèves). Ils sont plus nombreux à avoir souffert de maux de tête, de dos, de nervosité, de dépression, d'insomnies dans les semaines précédant l'enquête.

Une part plus importante considère que la société a besoin de se transformer. Pour eux, plus que pour les autres, la famille est le seul endroit où l'on se sente bien et le mariage est une union indissoluble. Plus inquiets que les autres (des risques d'accident de voiture,

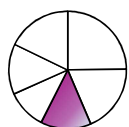
de centrale nucléaire...), ils sont également plus nombreux à ne pas se sentir en sécurité dans leur vie quotidienne.



Classe 2 : Les installés sans enfants (19%)

Dans cette classe, seule l'étape de la parentalité n'est pas franchie : sont surreprésentés ici les jeunes avec un emploi stable, qui n'habitent plus chez leurs parents, ne sont plus étudiants et vivent en couple. Il s'agit plutôt de 25-29 ans, de professions intermédiaires ou de cadres, avec des niveaux de diplôme et de revenus élevés. Les hommes sont plus nombreux dans cette classe.

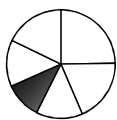
Bien que davantage locataires et surreprésentés en région parisienne, ils sont plus nombreux à penser que le nombre de pièces dans leur logement est suffisant ; les dépenses sur ce poste budgétaire ne leur posent pas de lourds problèmes. Ils sont plus nombreux à toucher une aide au logement, mais, compte tenu de leur situation familiale, pas de prestations familiales. Plus que les autres, ils considèrent que les prestations accordées aux familles sont suffisantes. Ils pensent moins que la famille est le seul endroit où l'on se sente bien, reçoivent plus souvent des amis et des relations, partent davantage en vacances. Ils n'ont pas connu récemment de période de chômage. À l'inverse du groupe précédent, ils sont moins nombreux à souffrir de maux de tête ou d'insomnies.



Classe 3 : Les instables mais avec une autonomie résidentielle (14%)

Les jeunes de cette classe ont franchi les deux principales étapes : ils ne vivent plus chez leurs parents et ne sont plus étudiants, mais ils ont du mal à trouver un emploi stable. Ainsi, on trouve dans cette classe davantage de chômeurs, employés, ouvriers ou professions intermédiaires.

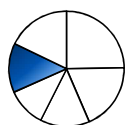
Ce groupe comprend plus de personnes en couple et qui pensent que le mariage peut être dissout avec accord des deux parties. Davantage locataires, avec des dépenses de logement qui représentent une lourde charge, les « instables indépendants » possèdent moins d'équipements dans leur logement (notamment ordinateur et connexion internet). Plus nombreux à bénéficier d'une aide au logement, ils pensent davantage que la mise en place du RSA est plutôt une bonne chose. Dans cette classe, une plus forte proportion doit s'imposer régulièrement des restrictions. Une part plus importante déclare souffrir de mal au dos, de nervosité ou d'insomnies.



Classe 4 : Les étudiants avec une autonomie résidentielle (11%)

Les jeunes de cette classe n'ont franchi qu'une étape : ils ne vivent plus chez leurs parents. Les étudiants y sont surreprésentés, avec également des personnes en emploi non stable et disposant de faibles revenus. On y trouve davantage de 18-24 ans, célibataires et sans enfant.

Les « étudiants indépendants » sont d'abord locataires, plus nombreux à toucher des aides au logement et sont surreprésentés dans les villes de 100 000 habitants et plus. Ils sont moins équipés que les autres, mais ont un ordinateur et une connexion internet. Ils ne considèrent pas que la famille est le seul endroit où l'on se sente bien et reçoivent des amis très fréquemment. Ils font davantage partie d'associations culturelles, de loisirs, d'étudiants. Ils sont plus nombreux à considérer que les prestations versées aux familles sont suffisantes et que la société n'a pas besoin de se transformer.



Classe 5 : Les instables sans autonomie résidentielle (14%)

Cette classe se compose de jeunes qui ne sont plus étudiants mais qui n'ont pas franchi les autres étapes de passage à l'âge adulte. Ils habitent encore chez leurs parents, sont célibataires et sans enfant. Les chômeurs y sont surreprésentés, ainsi que les personnes en CDD, les ouvriers, les employés. Y figurent davantage d'hommes, de 18 à 24 ans. Surreprésentés dans les communes rurales, ils sont souvent peu ou non diplômés.

Ils sont mieux équipés que les autres, mais c'est parce qu'ils bénéficient de l'équipement de leurs parents. Ils sont ainsi moins nombreux à s'imposer régulièrement des restrictions, plus nombreux à être attirés par les produits d'innovations technologiques, plus nombreux à faire partie d'une association sportive. En revanche, ils sont plus inquiets par rapport au risque de chômage.



Classe 6 : Les étudiants sans autonomie résidentielle (18%)

Les jeunes de cette classe n'ont franchi aucune des cinq étapes : il s'agit d'étudiants, vivant chez leurs parents, célibataires, plutôt entre 18 et 24 ans. Ils vivent dans des foyers aux revenus élevés.

Comme les jeunes de la classe précédente, ils vivent dans un logement très équipé, avec notamment plusieurs micro-ordinateurs. Ils sont nombreux à profiter d'une connexion

internet et sont particulièrement attirés par les produits innovants. Moins nombreux à s'imposer des restrictions régulièrement, ils partent davantage en vacances, pratiquent plus assidument des activités sportives, culturelles, de loisirs, de jeunes. Ils regardent moins souvent la télévision. Notons qu'une plus faible de ce groupe déclare avoir souffert de divers maux dans les semaines précédentes.

Ces jeunes sont plus nombreux à solliciter les aides envers les étudiants. Pour eux, l'allocation au-delà de 20 ans et les bourses d'études sont les aides les plus utiles pour les plus de 18 ans. Ils sont moins nombreux qu'en moyenne à penser que la société a besoin de se transformer profondément.

Tableau 1 : Caractérisation de la typologie

<i>En %</i>		Les installés avec enfants	Les installés sans enfant	Les instables indépendants	Les étudiants indépendants	Les instables dépendants	Les étudiants dépendants	Tous
Total		25	19	14	11	14	18	100
Étudiant	Oui	3	0	0	100	0	100	30
	Non	97	100	100	0	100	0	70
Habite chez ses parents	Oui	0	0	0	0	100	100	31
	Non	100	100	100	100	0	0	69
En emploi stable	Oui	46	100	0	0	32	0	34
	Non	54	0	100	100	68	100	66
En couple	Oui	84	54	53	21	0	0	41
	Non	16	46	47	79	100	100	59
A un enfant	Oui	100	0	0	2	3	0	25
	Non	0	100	100	98	97	100	75
Age	18-24 ans	27	33	51	92	77	99	58
	25-29 ans	73	67	49	8	23	1	42
Sexe	Homme	30	62	56	48	66	51	50
	Femme	70	38	44	52	34	49	50
Diplôme	Non diplômé	14	2	8	0	10	4	7
	BEPC	44	31	39	11	45	27	35
	BAC	22	27	26	53	27	49	32
	Diplômé du supérieur	21	40	27	35	18	19	26
Profession Catégorie Sociale	Travailleur indépendant	3	7	0	0	4	0	3
	Cadre	3	13	6	0	1	0	4
	Profession Intermédiaire	11	29	18	0	11	0	12
	Employé	34	26	38	0	34	0	23
	Ouvrier	25	24	29	0	34	0	19
	Personne au foyer	20	0	3	0	4	0	6
	Retraité	0	0	0	0	0	0	0
Étudiant	4	1	5	100	12	100	32	
Situation emploi	à son compte	3	9	0	0	5	0	3
	chômeur	15	0	43	0	31	0	14
	public CDI	8	22	0	0	6	0	7
	privé CDI	35	69	0	0	21	0	24
	CDD, intérim autre	15 24	0 0	54 3	0 100	33 4	0 100	16 36
Revenus mensuels du foyer	Moins de 900 €	7	4	20	66	11	9	16
	De 900 à 1500 €	18	19	25	12	18	6	16
	De 1500 à 2300 €	30	26	24	9	19	11	21
	De 2300 à 3100 €	26	28	20	2	11	5	17
	3100 € et plus	13	17	4	1	25	23	15
Taille d'agglomération	Moins de 2 000 habitants	26	21	17	2	19	21	19
	De 2 000 à 20 000 habitants	19	12	15	9	20	15	15
	De 20 000 à 100 000 habitants	14	9	17	7	15	14	13
	Plus de 100 000 habitants	26	35	39	57	23	36	34
	Paris et agglomération parisienne	15	23	12	25	24	13	18

Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », 2007-2010

1.4. Evolutions de la jeunesse depuis 20 ans

L'analyse longitudinale de l'enquête « Conditions de vie et Aspirations » permet de mesurer les évolutions sociodémographiques de la jeunesse depuis vingt ans. Nous pouvons ainsi mettre en évidence les mouvements suivants :

- Parmi les cinq étapes traditionnellement évoquées pour définir le passage à l'âge adulte, trois sont franchies de plus en plus tardivement : les âges de premier emploi stable, de premier enfant et de mise en coupe se décalent. En corolaire, l'autonomie financière est atteinte de plus en plus tard ;
- Les 18-25 ans sont davantage diplômés (59% ont le bac ou un diplôme du supérieur, contre 31% vingt ans plus tôt). De fait, on trouve aujourd'hui une part plus importante d'étudiants dans cette tranche d'âge ;
- La part d'ouvriers diminue chez les jeunes (19% en 2007-2010, contre 27% il y a vingt ans), suivant ainsi une évolution que l'on retrouve plus généralement dans la population française (18% en 1987, 13% en 2010) ;
- Plus de ménages concernés ont aujourd'hui des revenus inférieurs à 900 euros par mois. Dans la mesure où de plus en plus de jeunes sont étudiants et que pourtant, l'âge de départ de chez les parents reste constant, cela signifie que de plus en plus de jeunes vivent en dehors du domicile familial avec de faibles revenus puisqu'ils sont inactifs ;
- Les 18-29 ans sont de plus en plus nombreux à habiter dans les grandes agglomérations ;
- On observe une très forte baisse des mariages (31% des 18-29 ans étaient mariés en 1987-1990 ; ils ne sont que 12% vingt ans plus tard). A l'inverse, le concubinage (y compris le PACS) est plus fréquent (il concerne 29% de la tranche d'âge, contre 17% vingt ans plus tôt), de même que le célibat (+ 8 points).

Au-delà de ces évolutions tendanciennes, on retiendra de ces premières investigations descriptives que la jeunesse ne forme pas un ensemble homogène. Elle est multiple et protéiforme. Il en découle que les réponses à apporter aux difficultés rencontrées par les jeunes sont, elles aussi, diverses et spécifiques à chaque situation.

Tableau 2 : Evolution 1987-2010 des 18-29 ans

En %		1987-1990		1997-2000		2007-2010	
		18-29 ans	30 ans et plus	18-29 ans	30 ans et plus	18-29 ans	30 ans et plus
Sexe	Hommes	50	46	50	46	50	47
	Femmes	50	54	50	54	50	53
Diplôme	Non diplômé	32	28	21	24	15	21
	BEPC	36	53	31	49	27	41
	BAC	20	10	34	16	41	23
	Diplômé du supérieur	11	10	14	12	18	16
Profession Catégorie sociale	Travailleur indépendant	5	10	3	8	3	6
	Cadre	3	6	3	7	4	8
	Prof. Interm.	9	10	12	11	12	14
	Employé	23	13	25	14	23	16
	Ouvrier	27	15	23	14	19	13
	Reste au foyer	12	20	7	16	6	12
	Retraité	0	26	0	30	0	30
	Etudiant	22	0	27	0	32	1
Revenus mensuels du foyer	Moins de 900 euros	13	13	17	11	16	8
	900 - 1500 euros	22	17	20	18	16	17
	1500 - 2300 euros	25	23	26	23	21	22
	2300 - 3100 euros	15	17	16	17	17	17
	Plus de 3100 euros	12	17	12	20	15	21
Taille d'agglomération	Moins de 2 000 habitants	24	29	23	28	19	27
	De 2000 à 20 000 habitants	16	17	16	17	15	18
	De 20 000 à 100 000 habitants	15	14	14	13	13	13
	100 000 habitants et plus	29	27	32	27	34	27
	Paris et agglomération parisienne	16	14	16	15	18	14
Région	Région parisienne	19	16	18	17	20	16
	Nord	7	7	7	7	8	7
	Est	10	9	9	9	8	9
	Bassin parisien	18	19	18	19	17	18
	Ouest	12	14	14	14	15	14
	Sud-Ouest	10	11	10	11	11	11
	Centre Est	12	11	12	12	12	12
	Méditerranée	11	12	12	12	10	12
Type de ménage	Célibataire	50	7	56	9	58	12
	Marié(e)	31	68	19	60	12	50
	Concubinage, yc PACS	17	5	24	9	29	12
	Séparé(e) divorcé(e)	2	7	2	10	1	14
	Veuf(ve)	,	12	0	13		12
Sexe	A eu enfant	33	86	28	87	25	85
	N'a pas eu d'enfant	67	14	72	13	75	15
Diplôme	Accédant à la propriété	11	14	9	11	9	11
	Propriétaire	22	48	19	48	17	45
	Locataire	58	34	63	38	65	41
	Logé gratuitement	9	4	9	3	9	2

Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français »

BIBLIOGRAPHIE

- ARIES Philippe, *L'enfant et la vie familiale sous l'Ancien Régime*, Seuil, 1973, 501 p.
- BEITONE Alain, DOLLO Christine, GERVASONI Jacques, Le Masson Emmanuel, Rodrigues Christophe, *Sciences sociales*, 4ème édition, Sirey, 2004
- BIGOT Régis, PIAU Claire, *Peut-on parler d'une opinion de la jeunesse*, Cahier de recherche n°181, CREDOC, 2003
- CHANVRIL Flora, COUSTEAUX Anne-Sophie, LE HAY Viviane, LESNARD Laurent, MECHINAUD Chloé, SAUGER Nicolas, « La parentalité en Europe, Analyse séquentielle des trajectoires d'entrée dans l'âge adulte à partir de l'Enquête sociale européenne », *Dossier d'étude*, n°122, Sciences Po, Novembre 2009
- CICHELLI Vincenzo, « La jeunesse en Europe : modes d'interventions publiques, savoirs sociologiques et réalités sociales », *Politiques sociales et familiales*, n°102, CNAF, décembre 2010
- COLLECTIF, « Reconnaître la valeur de la jeunesse », *Livre vert*, Commission de concertation sur la politique de la jeunesse, 2009
- DAGUET Fabienne, NIEL Xavier, « Vivre en couple, La proportion de jeunes en couple se stabilise », *Insee première*, n° 1281, Février 2010
- EISENSTADT Shmuel Noah, « Archetypal Patterns of Youth », *The Challenge of Youth*, Erikson (Editeur), New York, Basic Books, 1963, p. 29-50.
- ESPING-ANDERSEN Gøsta, *The three worlds of welfare capitalism*, New Jersey, Princeton University Press, 1990
- FERREIRA Vitor Sérgio, NUNES Cátia, « Les trajectoires de passage à l'âge adulte en Europe », *Politiques sociales et familiales*, n°102, CNAF, décembre 2010
- GALLAND Olivier, « Introduction. Une nouvelle classe d'âge ? », *Ethnologie française*, n° 40, 2010, p. 5-10.
- GALLAND Olivier, « Les jeunes et la société : des visions contrastées de l'avenir », in *Les jeunes face à leur avenir, Une enquête internationale* (sous la dir. de Stellingner A.), Paris, Fondation pour l'Innovation politique, 2008, p. 25-54.
- GAUTHIER Madeleine, « L'âge des jeunes : "un fait social instable" », *Lien social et Politiques*, n°43, 2000, p. 23-32.
- GIVORD Pauline, « L'insertion des jeunes sur le marché du travail entre 2002 et 2004 », *Insee Première*, n° 1061, Janvier 2006
- HELFTER Clémence, « Comptes rendus de lecture de Bernard Roudet, (Dir.) Les jeunes en France », *Politiques sociales et familiales*, n°102, CNAF, décembre 2010
- JAUNEAU Yves, « L'indépendance des jeunes adultes : chômeurs et inactifs cumulent les difficultés », *Insee Première*, n°1156, Septembre 2007
- KAUFMANN Jean-Claude, *Premier matin : comment naît une histoire d'amour*, Armand Colin, 2002
- LECCARDI Carmen, *Facing uncertainty. Temporality and Biographies in the New Century*, Hampshire, Ashgate, 2006
- LEVI Giovanni, SCHMITT Jean-Claude, *Histoire des jeunes en Occident*, tomes 1 et 2, Paris : Seuil, 1996
- LONCLE Patricia, MUNIGLIA Virginie, « Les catégorisations de la jeunesse en Europe au regard de l'action publique », *Politiques sociales et familiales*, n°102, CNAF, décembre 2010
- MENDOUSSE Pierre, *Du dressage à l'éducation*, Paris, F. Alcan, 1910, 194 p.
- PARSONS Talcott, « Age and Sex in the Social Structure of the United-States », *American Sociological Review*, vol. vii (5), octobre 1942
- PLA Anne, BEAUMEL Catherine, « Bilan démographique 2010, La population française atteint 65 millions d'habitants », *Insee Première*, n° 1332, Janvier 2011
- ROUDET Bernard, (Dir.) *Les jeunes en France*, Québec (Canada), Les presses de l'université Laval – INJEP, coll. « Regards sur la jeunesse du monde », 2009, 210 p.

SCHWARTZ Bertrand, *Rapport sur l'insertion professionnelle et sociale des jeunes*, Paris, Éditions Apogée (2e édition 2007), 1981

PASQUIER Dominique, *Cultures lycéennes*, Paris, Autrement, 2005

ROBIN Pierrine, OEHME Andreas, « Les dispositifs d'accompagnement à l'âge adulte des jeunes vulnérables : regards croisés France-Allemagne », *Politiques sociales et familiales*, n°102, CNAF, décembre 2010

STEIN Mike, MUNRO Emily R., *Young people's transitions from care to adulthood: International research and practice (child welfare outcomes)*, London and Philadelphia, Jessica Kingsley Publishers, 2008

VANDERSCHULDEN Mélanie, « L'écart d'âge entre conjoints s'est réduit », *Insee Première*, n° 1073, avril 2006

VAN DE VELDE Cécile, « Jeunesses d'Europe. Trajectoires comparées », *Projet*, Ceras, n°305, juillet 2008

VAN DE VELDE Cécile, *Devenir adulte. Sociologie comparée de la jeunesse en Europe*, Paris, Presses universitaires de France, collection Le Lien Social, 2008

2. LA PERCEPTION DES JEUNES DANS LA PRESSE (RODOLPHE SURY, PATRICK DUCHEN, MARIE-LAURE MERY)

2.1. Un portrait souvent alarmiste

Les jeunes ne constituent pas une catégorie homogène, plusieurs situations radicalement différentes coexistent au sein des 18-30 ans. Ceci nous amène à observer comment est appréhendée cette diversité au sein des médias (dans l'hypothèse où elle est appréhendée).

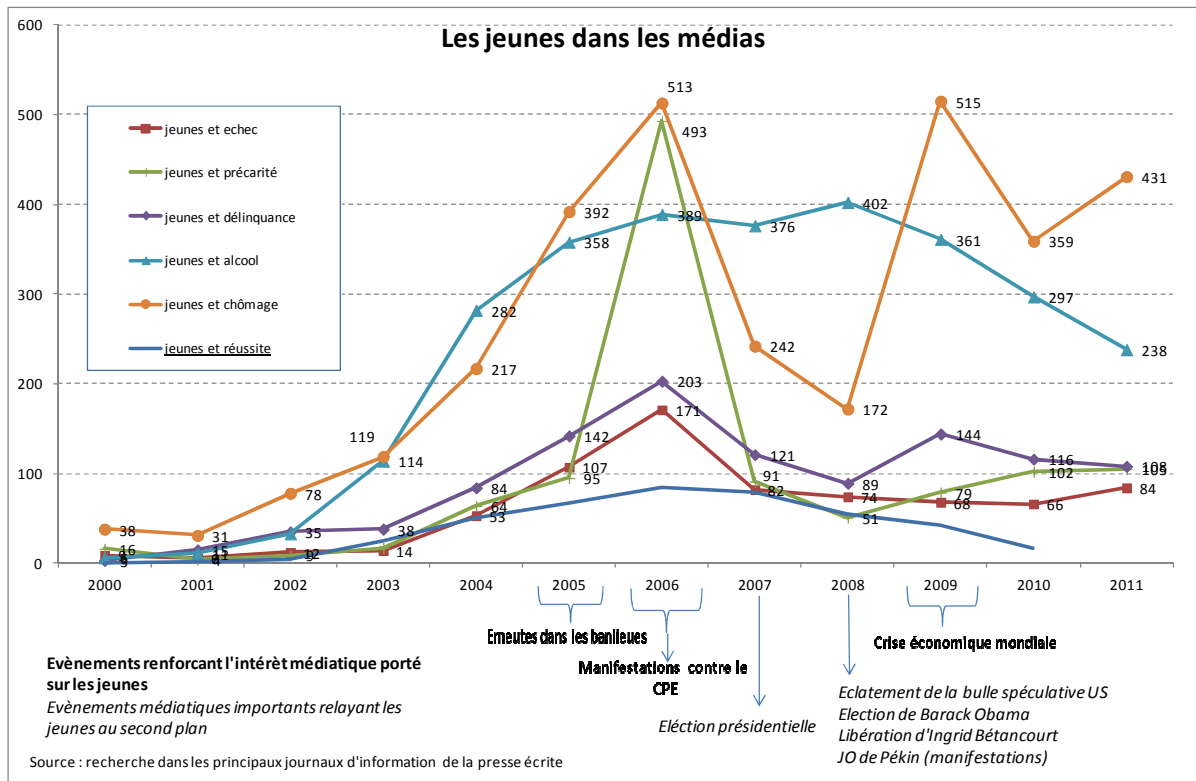
Schématiquement, l'absence d'autonomie financière qui caractérise la jeunesse recouvre deux grands types de situations, qui sont largement reprises par les médias. D'une part, la jeunesse étudiante qui, à l'issue des études, connaît une période de précarité en début de vie active mais finit généralement par se stabiliser dans l'emploi. D'autre part, les jeunes qui ont arrêté leurs études plus tôt, dépourvus de diplômes. Ces derniers connaissent une exclusion durable du marché du travail et sont forcés de prolonger la cohabitation avec les parents. Autrement dit, le critère du niveau de diplôme constitue un facteur de plus en plus discriminant dans la réussite des parcours individuels d'accès à l'autonomie. Ces deux grands modèles de jeunesse, et les éléments qui les caractérisent, apparaissent clairement dans les médias. Néanmoins, ces deux jeunesse ont en commun d'être décrites de façon négative par les médias qui en dressent un portrait alarmant. Pour la jeunesse étudiante, le taux d'échec élevé en premier cycle à l'université et le manque de lien entre formation et emploi sont fréquemment décriés. Pour la jeunesse des quartiers de banlieue, généralement qualifiés de « sensibles », le bilan est encore plus préoccupant. Les médias diffusent les chiffres inquiétants des études réalisées sur le sujet, à l'instar des résultats de l'Observatoire national des zones urbaines sensibles (Onzus). Le rapport met en exergue l'importance des taux de chômage et de pauvreté qui touchent les jeunes des quartiers sensibles⁵², ainsi que la progression des faits de délinquance les plus traumatisants (atteintes aux personnes) dans ces zones. La situation est par ailleurs accentuée avec l'usage de termes anxiogènes : les statistiques sont jugées « alarmantes » par *Le Monde* qui parle de la « gravité de la crise sociale dans les banlieues françaises » ou encore d'une « situation extrêmement dégradée ».

⁵² Résultats du rapport de l'Onzus : respectivement 43% et 37% des jeunes hommes et jeunes femmes des quartiers sensibles sont au chômage en 2009, soit près du double des jeunes des autres territoires urbains et 42% des 18-24 ans issus des ZUS vivaient sous le seuil de pauvreté en 2008, c'est-à-dire avec moins de 950 euros par mois.

2.2. Un tropisme fréquent rapprochant « jeunesse » et « problème »

Depuis le milieu des années 2000, la place des jeunes dans les médias est orientée à la hausse et reste encore aujourd’hui à un niveau supérieur à celui du début du siècle.

Graphique 6 : Les jeunes dans les médias (presse écrite) sur la dernière décennie : nombre d’articles recensés selon les thèmes



Certains événements ont entraîné un engouement de la presse pour les jeunes, plaçant ces derniers au centre de l’actualité. Les émeutes de 2005, dans un grand nombre de banlieues françaises, ont entraîné un brutal déchirement du tissu social et culturel français et des inquiétudes persistantes. Ces faits avaient été relatés par les médias du monde entier. En 2006, la vive opposition et la contestation de la population contre le contrat première embauche (CPE) ont fortement lancé le débat des problèmes d’insertion professionnelle et de la précarité (+ 410% d’augmentation d’articles de presse associant « jeunes » et « précarité » sur cette année-là). Dès 2007, les tensions étant apaisées, des événements médiatiques importants (telles que les élections françaises puis américaines, ou encore les manifestations pour les droits de l’homme lors des JO de Pékin) ont monopolisé les médias relayant les jeunes au second plan. A la vue des différentes courbes, force est de constater que dans la majorité des cas les médias parlent des jeunes en termes plutôt négatifs et caricaturaux.

La jeunesse est donc généralement considérée comme un problème. En effet, les médias couvrent largement les phénomènes de mobilisation des jeunes qui peuvent être perçus comme une menace. La jeunesse étudiante est régulièrement mise en avant à l'occasion des mouvements lycéens et universitaires : les manifestations contre le Contrat Première Embauche (CPE) en 2006, celles contre le projet de loi relative aux libertés et responsabilités des universités (LRU) en 2009 et plus récemment, la participation des lycéens et des étudiants à la contestation contre la réforme des retraites. Les médias avancent le malaise de la jeunesse étudiante pour expliquer ces actions. Les sondages réalisés auprès des jeunes confirment l'inquiétude juvénile. Selon une enquête TNS Sofrès pour La Croix, 86% des jeunes de 18 à 24 ans sont préoccupés par le chômage et l'emploi, un chiffre supérieur à la moyenne des français (75%). Un article du Progrès du 25 février 2012 (« Le chômage des jeunes est en hausse □ : 'On ne se sent pas aidés ' ») montre à quel point les jeunes – même diplômés – ont le sentiment que le chômage constitue leur avenir probable, et ce d'autant plus que les politiques n'agissent pas vraiment pour enrayer ce phénomène. Dans une enquête de la Fondation pour l'Innovation politique (« Les jeunes face à leur avenir », 2008), 20% seulement des jeunes Français se déclarent très confiants dans leur avenir, contre 60% des jeunes Danois. Selon le baromètre annuel Ipsos pour le Secours populaire, un jeune sur deux se dit angoissé et plus d'un sur trois (38%) en colère lorsqu'il pense à sa situation actuelle et à son avenir. La précarité des conditions d'entrée dans la vie adulte contribue à entretenir ce sentiment d'incertitude. Quant à la jeunesse des quartiers de banlieues, elle fait fréquemment l'objet d'une couverture médiatique intense lors des mouvements qualifiés d'« émeutes urbaines ». Dans un article intitulé « Banlieues : Le noyau dur de la violence », *Le Monde* retrace la chronologie des épisodes de violences urbaines. En octobre et novembre 2005, à la suite de la mort de deux jeunes, brûlés dans un transformateur électrique, la France traverse trois semaines d'« émeutes » pendant lesquelles 10 000 véhicules et des centaines de bâtiments sont incendiés. En mars 2006, des centaines de jeunes de banlieue agressent « violemment » des lycéens et des étudiants qui défilent à Paris contre le projet de contrat premier embauche (CPE). Dans un article du 1^{er} novembre 2006 (« Faire face à la guérilla urbaine »), le même journal assimile la situation des manifestations anti-CPE à un champ de bataille : « C'est la guerre à Saint-Astier, en Dordogne. Les carcasses de voiture brûlées jonchent les rues. D'autres flambent dans la nuit noire. Les sirènes des véhicules de police se mêlent aux hurlements, l'odeur de caoutchouc grillé à celle des gaz lacrymogènes. Un blindé est réquisitionné. Les grenades vous assourdissent. Les pavés volent dans tous les sens ». Plus récemment, pour désigner les casseurs qui se sont joints aux mouvements de contestation contre la réforme des retraites, *Le Figaro* parlait d'« adolescents en capuches et survêtements », de « voyous des cités [qui] s'agrègent au défilé pour harceler les CRS ». Les difficultés

d'insertion professionnelle entraînent pour ces jeunes une absence d'intégration sociale. Se sentant exclus, ils utilisent la violence comme mode d'expression d'un mal-être ou d'une souffrance et comme réponse face au besoin d'exister. L'aspect commun aux deux mouvements est le malaise des jeunes. Toutes catégories sociales confondues, les manifestations sont révélatrices de cette préoccupation générale de la jeunesse.

La vision négative des jeunes est également véhiculée à travers la médiatisation de leurs comportements festifs. La consommation excessive d'alcool (phénomènes de binge drinking⁵³), de drogue ou autres psychotropes, la diffusion intempestive de musique, etc. sont fréquemment décriés par les médias. Selon la sociologue Monique Dagnaud⁵⁴, les jeunes « font la fête de manière plus débridée », « ils consomment en moyenne moins qu'il y a vingt ans, mais ils boivent de façon ponctuelle et plus excessive »⁵⁵. En outre, le thème des apéros géants organisés via le réseau social Facebook a défrayé la chronique au printemps 2010, en particulier à la suite de la mort d'un jeune homme à Nantes lors de l'un de ces événements. Faut-il les autoriser, les interdire, les encadrer ou laisser faire ? Selon un sondage BVA pour la Matinale de Canal Plus, 58% des Français seraient favorables à une interdiction des apéros géants. Pour expliquer l'origine de ces rassemblements géants, Monique Dagnaud avance le malaise des jeunes. Dans une interview du 18 Août 2010 pour *L'Express* (« La fête comble un vide »), elle dresse ainsi la situation de la jeunesse : « les jeunes ont du mal à trouver leur place, mettent du temps à acquérir leur autonomie financière. Beaucoup d'entre eux sont dans l'errance au début de leurs études universitaires. Ils connaissent parfois de longues années d'incertitudes, stressés par la difficulté d'obtenir un diplôme ou un emploi ». Dans un autre article (« Une culture de sensations extrêmes », *La Montagne*, 9 octobre 2010), elle assimile les pratiques festives des jeunes à un besoin d'« oublier les problèmes du quotidien ». « La fête comble la pression que les étudiants des grandes écoles ont sur les épaules. C'est un exutoire. Elle colmate aussi les angoisses de jeunes en échec scolaire, ou ceux qui ont du mal à s'intégrer dans la vie sociale, qui ne trouvent pas de travail, qui se demande de quoi l'avenir sera fait ». La couverture médiatique des manifestations impliquant la jeunesse contribue à stigmatiser l'ensemble des jeunes comme une classe dangereuse.

⁵³ binge drinking signifie hyperalcoolisation express.

⁵⁴ Monique Dagnaud est directrice de recherche au CNRS et auteur de l'ouvrage *La Teuf. Essai sur le désordre des générations*, publié aux éditions Seuil en 2008.

⁵⁵ Source : « La fête comble un vide », *L'Express*, 18 Août 2010.

2.3. La publicité, un vecteur de stigmatisation

Cette image négative des jeunes est renforcée par les campagnes publicitaires qui ont tendance à reprendre les stéréotypes sur les jeunes. Ainsi, Findus mise sur l'incompétence des jeunes en matière de cuisine pour vendre ses plats cuisinés : « Les jeunes de nos jours sont bêtes, ils ne savent pas se faire à manger... Heureusement il y a Findus »⁵⁶. Par ailleurs, la célèbre publicité de l'opérateur Free reprend la caricature du jeune geek pour vanter les mérites de son offre : d'apparence négligée, Rodolphe vit toujours chez sa mère, paraît assez solitaire, peu communicatif et très paresseux. Mais la FreeBox va lui changer la vie (apprentissage des langues, des prises de karaté foudroyantes et surtout, il va réaliser des économies...). Enfin, dans la publicité Badoo, le jeune est assimilé à une espèce inconnue, que La Poste a observée pour lui proposer un compte adapté. A l'issue de son spot publicitaire présenté sous la forme d'un documentaire sur « le jeune », le message est le suivant : « il vit dans un monde qu'il ne comprend pas et qui ne le comprend pas ». On retrouve l'idée d'une classe d'âge en marge de la société, qui a du mal à s'intégrer en raison notamment des difficultés financières qu'elle rencontre.

2.4. Les initiatives favorables envers les jeunes

Si les médias renvoient de façon générale une image négative des jeunes, il ne faut pas pour autant occulter les démarches favorables sur le sujet. Le journal *Libération* par exemple remet fréquemment en cause les stéréotypes véhiculés par ses concurrents. Dans un article du 4 novembre 2010 au titre évocateur (« Le « jeune de banlieue » n'existe pas »), le témoignage d'un professeur de lycée rompt avec l'image traditionnelle du jeune de banlieue. Pour lui qui a travaillé à Drancy, à Saint-Denis, à Stains et à Aubervilliers, le « jeune de banlieue » n'existe pas, il affirme ne « jamais [avoir] rencontré le jeune de banlieue dont on [lui] parle ». [Il a] « souvent vu des jeunes qui voulaient s'en sortir ». Pour briser le mythe du « voyou » des quartiers sensibles, le journal s'appuie sur des statistiques : « En 2005, après la 21^{ème} nuit d'émeute, il y a eu 2 921 interpellations sur tout le territoire. A titre de comparaison, il y a, dans la seule Seine-Saint-Denis, 65 919 collégiens, 46 062 lycéens, soit plus de 110 000 jeunes... ». A partir de ces chiffres, le journal conclut que tous les jeunes ne brûlent pas des voitures en banlieues. L'article poursuit sur les chiffres de l'échec scolaire en banlieue : si on prend en compte l'origine sociale des élèves, les écarts entre les zones sensibles et les autres sont très faibles. Parallèlement aux médias qui ne se contentent pas des préjugés sur les jeunes, il

⁵⁶ Source : campagne publicitaire de 2009.

existe des actions favorables à destination des jeunes. L'ANACEJ (association nationale des conseils d'enfants et de jeunes) par exemple a créé le prix « Stop aux clichés des jeunes » récompensant les journalistes ayant réalisé un reportage qui donne la parole aux jeunes et véhicule une vision réaliste de la jeunesse. Ce prix est décerné par les jeunes eux-mêmes, ces derniers étant les mieux à même de juger de la représentativité des reportages les concernant. Dans le milieu des professionnels des médias, la commission « jeunes et médias » créée en 2000 a entrepris une démarche de dialogue sur la représentation des jeunes dans les médias. Elle a notamment pour objectif de remédier à la tendance des médias à parler systématiquement des jeunes en termes négatifs et caricaturaux. Enfin, il existe de nombreuses initiatives visant à soutenir les jeunes et en particulier ceux issus de milieux défavorisés. C'est le cas par exemple des internats d'excellence tels que celui de Marly-le-Roi, de certaines associations ou encore de la Fondation TF1 créée en 2007 et proposant chaque année des contrats de professionnalisation dans le milieu de l'audiovisuel aux jeunes des quartiers sensibles. Toutefois, ces démarches demeurent minoritaires – et parfois coûteuses à l'instar des internats d'excellence dont le rapport d'évaluation a été remis en juin 2011 - comparées à la prépondérance des stéréotypes véhiculés par les médias.

3. LA POLITIQUE AUTREMENT : LES NOUVEAUX RAPPORTS DES JEUNES A LA POLITIQUE (JORG MULLER)

Dans le chapitre précédent nous avons indiqué que les jeunes pouvaient être définis comme un groupe d'individus qui se caractérise à la fois par ses spécificités biologiques (âge), sociales (indépendance financière, premier travail stable, etc.) et culturelles (choix consuméristes et identitaires)⁵⁷. En délimitant la jeunesse comme une période de transition du passage à l'âge adulte, nous avons mis l'accent sur l'idée d'un processus qui conduit l'individu progressivement à l'affirmation d'une indépendance, voire à l'autonomie, en termes de statut social et de choix de vie⁵⁸. Entre l'enfance et l'âge adulte, la jeunesse correspond – dans cette perspective – à une période bien spécifique qui est celle de l'apprentissage des rôles sociaux. Ce temps de passage coïncide avec ce que les sciences sociales appellent « socialisation secondaire », c'est-à-dire une socialisation en dehors du cadre familial⁵⁹. Les jeunes sont, dans cette optique, soumis à un processus d'adaptation et d'intégration ayant pour but de faire d'eux des citoyens respectueux des valeurs de la collectivité. Or, le déroulé du processus de socialisation est loin d'être harmonieux. Il est, bien au contraire, tributaire d'une tension sociale entre jeunesse et société⁶⁰.

Interroger les formes du lien politique offre un cadre d'analyse permettant de préciser les différents aspects de la relation – plus ou moins difficile – entre les générations. Se pose tout d'abord la question de l'engagement politique des jeunes. Très souvent, on entend que les jeunes, à la différence de leurs aînés, ne s'intéressent plus à la politique. De nombreuses études ont été conduites sur cette thématique et une bonne partie d'entre elles concluent au désintérêt, voire à la lassitude des jeunes à l'égard de la politique. L'explication parfois avancée est celle de l'inadéquation entre l'offre politique et les attentes formulées par les jeunes.

Penser la question du lien politique à travers l'équation de l'offre et de la demande nous paraît réducteur. Le désengagement des jeunes dans des voies conventionnelles de la participation politique signifie-t-il réellement un désintérêt pour la politique ou même une dépolitisation à grande échelle ? Le faible degré d'intégration institutionnelle est-il vraiment l'indice d'une jeunesse dépassionnée par la chose publique ?

Si l'on veut bien prendre en compte d'autres formes de mobilisation et d'identification politiques que les formes de participation conventionnelles (le niveau d'« encartement »,

⁵⁷ Olivier Galland, *Les jeunes*, Paris, Editions la Découverte, 2009.

⁵⁸ Anne Muxel, « Les choix politiques des jeunes à l'épreuve du temps (Une enquête longitudinale) » In *Revue française de sciences politiques*, vol. 51. n°3, juin 2001, p. 409-430.

⁵⁹ Claude Dubar, *La socialisation (Construction des identités sociales et professionnelles)*, Paris, 1991.

⁶⁰ Karl Mannheim, *Le problème des générations*, Paris, Nathan, 1990 (pour la traduction française).

le taux de syndicalisation, etc.), on obtient une image bien différente. Une image qui reflète peut-être mieux les nouvelles réalités des 18-29 ans. Le parti pris méthodologique adopté ici, revient à considérer que le degré de politisation des jeunes se mesure aussi à travers leurs valeurs et plus particulièrement à travers leurs comportements culturels ou leurs choix de vie.

Ce chapitre est subdivisé en deux parties. Dans un premier temps, nous analysons en détail le soi-disant « hors-jeu »⁶¹ politique des jeunes. Dans un deuxième temps, nous analyserons les autres formes de participation politique, qui empruntent effectivement des chemins peu balisés par leurs aînés.

3.1. Une dépolitisation sectorielle et limitée

La sociologie électorale utilise un certain nombre d'indicateurs qui permettent de mesurer le degré de politisation d'un individu (connaissances politiques, participation aux débats d'actualité, participation aux élections, enrôlement formel dans une organisation politique, maîtrise du vocabulaire politique, etc.)⁶². Une analyse de ces indicateurs classiques montre, en effet, que les jeunes sont rétifs à toute forme d'engagement conventionnel. Une étude réalisée en 2003 par le CREDOC a montré que 73% des jeunes entre 18-29 ans se déclarent peu ou pas intéressés par la politique, contre, à l'époque, 63% chez les 30 ans et plus⁶³. En 2003, ce désintérêt était à peine infléchi par le niveau d'études. Seulement 36% des jeunes diplômés du bac ou d'un cycle supérieur déclaraient un intérêt pour la politique. L'étude corroborait en aval l'effet constaté lors du 21 avril 2002. Avec 34% d'abstentionnistes chez les 18-25 ans et 32% chez les 25-30 ans au premier tour de l'élection présidentielle, les jeunes ont occupé les deux premières places des non-votants⁶⁴. Ce phénomène ne se limite d'ailleurs pas au cas français. Les études de l'Eurobaromètre, réalisées dans 27 pays européens, enregistrent des taux très bas de politisation chez les jeunes : seulement 11% des 15-24 ans, contre 25% des 55 ans et plus, déclarent discuter fréquemment politique avec leurs amis ou avec leur famille⁶⁵.

En analysant le niveau de confiance des jeunes vis-à-vis du gouvernement, le scepticisme observé par les 18-29 ans semble confirmer l'hypothèse d'une jeunesse politiquement

⁶¹ Expression utilisée par Anne Muxel, *L'expérience politique des jeunes*, Paris, Presses de la FNSP, 2001, p. 40.

⁶² Pierre Brechon, « Moins politisés, mais plus protestataires » In Olivier Galland, Bernard Roudet (dir.), *Les valeurs des jeunes (Tendances en France depuis 20 ans)*, Paris, L'Harmattan, 2001, p. 61-75.

⁶³ Régis Bigot, Claire Piau, « Peut-on parler d'une opinion de la jeunesse ? », *Cahier de recherche*, n°181, CREDOC, janvier 2003, p. 38.

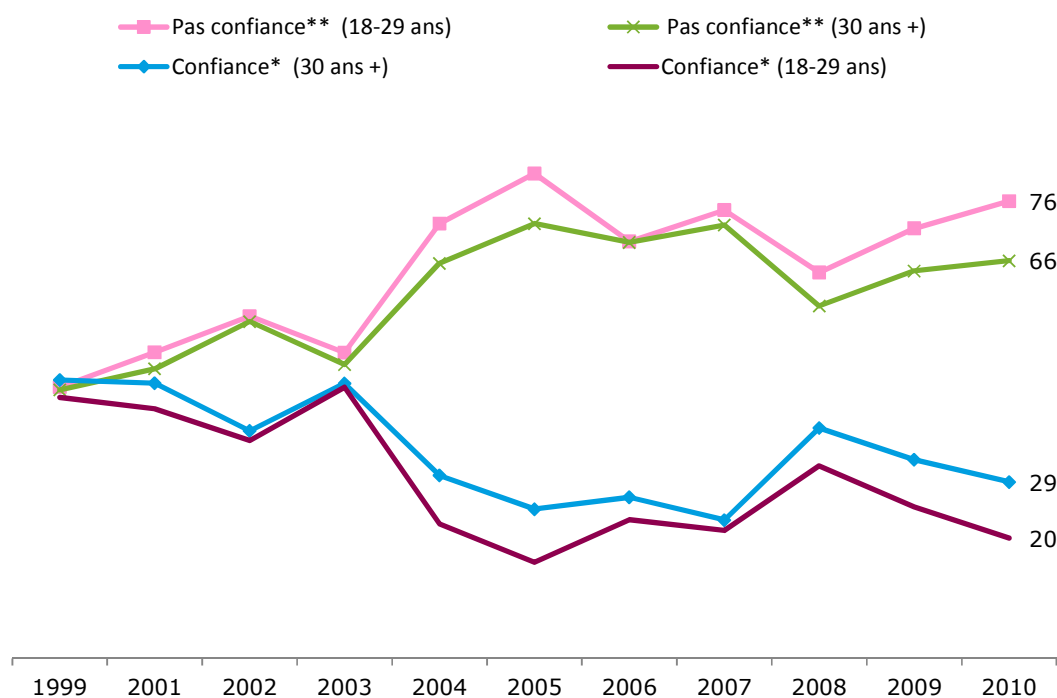
⁶⁴ Anne Muxel, « La participation politique des jeunes : soubresauts, fractures et ajustements », *Revue française de science politique*, vol. 52, n° 5-6, octobre-décembre 2002, p. 521-544, ici p. 521.

⁶⁵ Eurobaromètre, EB73 - L'opinion publique dans l'Union européenne, printemps 2010. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb73/eb73_vol1_fr.pdf

distante. En 2010, 76% des 18-29 ans disent ne pas faire confiance au gouvernement pour résoudre les problèmes qui se posent à la France, contre 66% chez les 30 ans et plus. L'analyse longitudinale montre que les écarts entre les jeunes et les plus âgés semblent augmenter depuis 1999 quels que soient les gouvernements.

Graphique 7 : La confiance dans le gouvernement en place pour résoudre les problèmes qui se posent à la France

(réponses en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », 1999-2010.

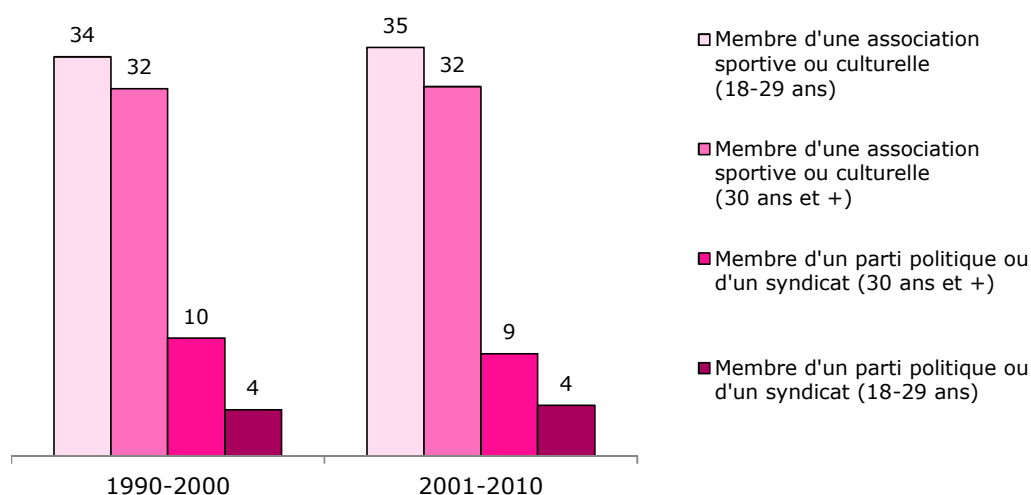
* Total des modalités « tout à fait confiance » et « plutôt confiance »

** Total des modalités « plutôt pas confiance » et « pas du tout confiance »

Le militantisme est une pratique peu répandue chez les 18-29 ans. Leur taux d'adhésion à un syndicat ou à un parti politique est extrêmement faible. Sur la période 2001-2010, seuls 4% des 18-29 ans adhèrent à un parti politique ou à un syndicat contre 9% des 30 ans et plus. La comparaison de ces chiffres avec ceux de la participation aux associations sportives ou culturelles est contrastée : 35% des jeunes, ainsi que 32% des 30 ans et plus, sont inscrits dans une organisation sportive ou culturelle. **En tout état de cause, les 18-29 ans se montrent plus réfractaires que leurs aînés à des formes d'engagement politique formalisées voire institutionnalisées, mais n'hésitent pas à s'investir dans des projets collectifs (projets culturels, vie associative).** Ce constat est établi depuis au moins vingt ans, comme le montre l'analyse longitudinale suivante.

Graphique 8 : Adhésion à une association sportive/culturelle ou à un syndicat/ parti politique

(réponses positives en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », 1990-2010.

Cependant, il convient de signaler l'existence de différences importantes au sein même de la cohorte des 18-29 ans. Une analyse des variables sociodémographiques permet de nuancer notre diagnostic. Le niveau d'éducation (nombre d'années scolarisées, diplômes obtenus) constitue un vecteur déterminant pour jauger le niveau de politisation d'un individu. En 2001-2010, 7% des 18-29 ans diplômés du supérieur sont membres d'un parti ou d'un syndicat, contre seulement 2% des jeunes sans diplôme. Les résultats pour les 18-29 ans sont symétriques de ceux observés pour les 30 ans et plus : dans ce dernier cas, le taux est de 15% pour les plus diplômés et de 3% pour les moins diplômés. Le lien entre le capital culturel et le degré de politisation est finalement moins fort chez les jeunes que dans la population plus âgée.

Tableau 3 : Niveau d'identification politique institutionnelle en fonction du niveau d'études

(réponses en %)

Membre d'un parti politique ou d'un syndicat	18-29 ans	18-29 ans	30 ans et +	30 ans et +
	Diplôme du supérieur / Grande Ecole	Aucun diplôme / CEP	Diplôme du supérieur / Grande Ecole	Aucun diplôme / CEP
Oui.....	7	2	15	3
Non.....	93	98	85	97
Total	100	100	100	100

Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », 2000-2010.

Lecture : 7% des 18-29 ans diplômés du supérieur sont membres d'un parti politique ou d'un syndicat.

Ce défaut d'engagement formel n'implique nullement que les jeunes se désintéressent complètement de la chose publique. La mobilisation des jeunes se fait – selon notre hypothèse – selon d'autres formes que celles définies par la grille de lecture conventionnelle en sciences sociales. En effet, les signes d'une « politisation négative »⁶⁶ que nous venons de mettre en évidence peuvent être lus comme l'indicateur d'un changement qualitatif dans le rapport qu'entretiennent les 18-29 ans avec la politique. Un rapport qui s'articule autour des valeurs et des modes de vie plutôt qu'autour de l'identification aux structures partisans.

3.2. Un problème de « compétence sociale » ?

Une partie de la recherche en sciences sociales considère que le degré de participation politique permet de jauger la compétence sociale d'un individu⁶⁷. A l'âge de 18 ans, la société octroie la possibilité de participer activement à la vie civique et sociale. Tout refus de faire usage de ce droit a été longtemps interprété comme un manque de « compétence sociale », voire comme un refus de participer à la vie sociale. Vu à travers ce prisme, les jeunes sont socialement moins compétents parce qu'ils participent moins à la vie collective. Cependant, nous pensons que la corrélation qui établit l'équation entre « intérêt politique » et « compétence sociale » ne se justifie plus.

En toute logique, le désintérêt pour la politique devrait produire une réticence accrue ou même un refus des jeunes à se positionner sur une échelle politique. Or, les 18-29 ans ne se distinguent guère de leurs aînés quand ils sont invités à se situer politiquement et idéologiquement. En 2010, 86% s'inscrivent sans hésitation dans une des grandes mouvances politiques (à droite, à gauche ou au centre). La proportion des jeunes qui n'ont pas d'opinion ou qui ne se prononcent pas (14%) reste relativement faible et correspond très exactement au taux de non réponses observé pour la cohorte des 30 ans et plus. On peut en conclure que les 18-29 ans ont **une idée claire de la politique, de l'offre idéologique ou encore des actions du gouvernement.**

On parle parfois d'une radicalisation de la jeunesse : les jeunes, au lieu de chercher leur salut dans l'activité partisane, adopteraient une posture protestataire. L'analyse longitudinale de l'enquête « conditions de vie et aspirations des Français » ne permet pas de confirmer cette hypothèse. **Les jeunes ne sont pas plus radicaux que leurs aînés.**

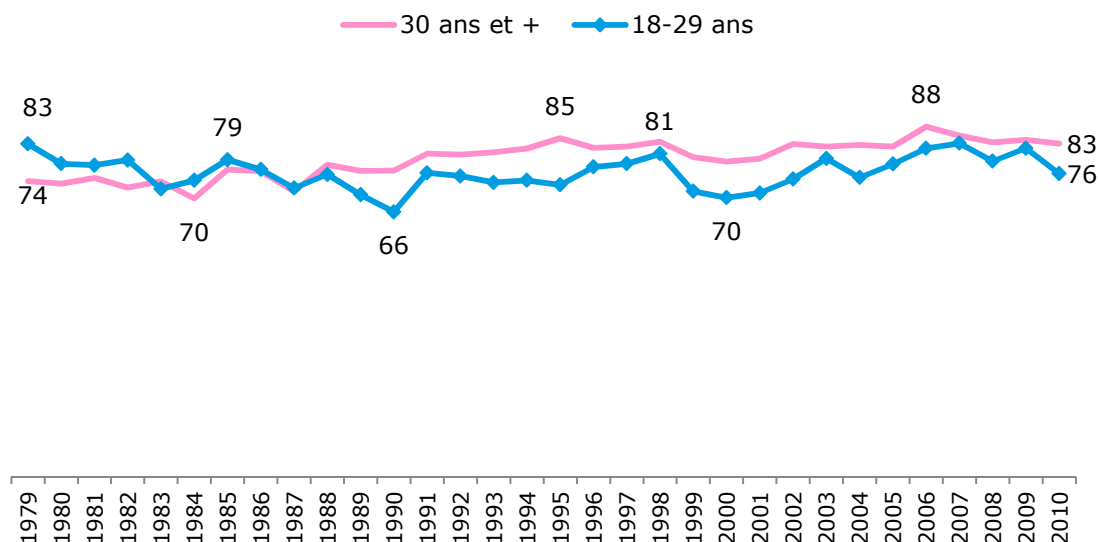
⁶⁶ Expression utilisée par Anne Muxel, « Les contours de l'expérience des jeunes (A partir d'enquêtes récentes sur les 18-25 ans) » In *Les valeurs en crise (Des valeurs à défendre)*, n° 136, Informations sociales, 2006/8, p. 70-81.

⁶⁷ Voir à titre d'exemple Nonna Mayer, Annick Percheron, « Les absents du jeu électoral », In *Données sociales*, Paris, INSEE, 1990. Pierre Bourdieu, « Les rites comme actes d'institution », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 45, juin 1982. Annick Percheron, *La socialisation politique*, Paris, Armand Colin, 1993.

Bien au contraire, on peut même déceler chez eux une légère tendance vers la modération.

Graphique 9 : Estimez-vous que la société française a besoin de se transformer profondément

(réponses positives en %)



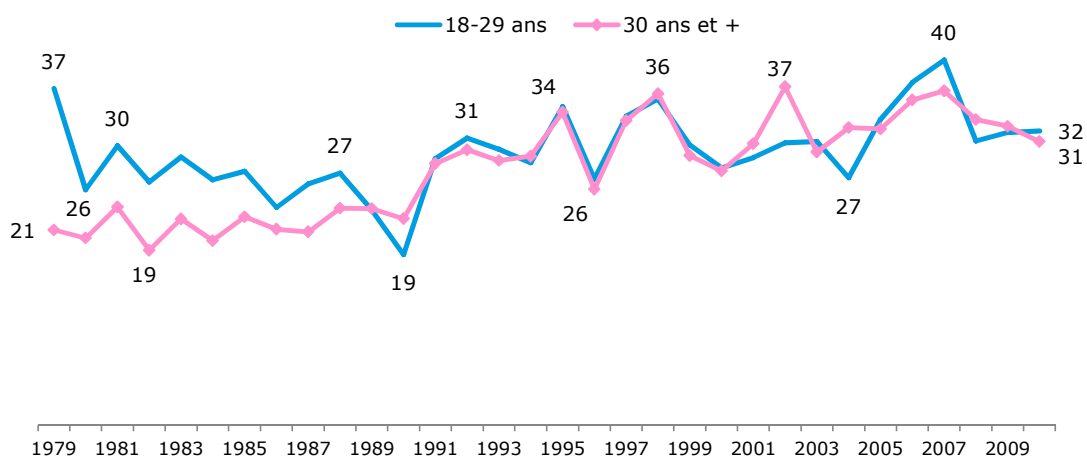
Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », 1979-2010.

Interrogés sur la nécessité de changer la société française en profondeur, les réponses affirmatives des 18-29 ans se situent à 76%, contre 83% chez leurs aînés en 2010. De plus, seuls 32% des jeunes sont pour un changement radical, de même que 31% des 30 ans et plus. Les opinions des 18-29 ans et des 30 ans et plus semblent se rapprocher au fil du temps.

Le changement générationnel pourrait-être une des explications. Les « radicaux » de la fin des années 1970 ont entre-temps changé de tranche d'âge tandis que la nouvelle génération se définit d'emblée comme moins radicale. Cela expliquerait l'augmentation du taux de radicalité chez les 30 ans et plus et la baisse correspondante chez les jeunes d'aujourd'hui.

Graphique 10 : Etes-vous pour des réformes progressives ou pour des changements radicaux

(réponses en faveur d'un changement radical en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », 1979-2010.

Les jeunes et les réseaux sociaux : le concept d'un militantisme 2.0

Si l'on observe une politisation des pratiques culturelles et des modes de vie en général, cette tendance est particulièrement décelable dans l'usage des nouveaux médias par les jeunes. Internet semble devenu un outil incontournable de mobilisation politique des 18-29 ans. Cet outil peut être le vecteur d'une action spontanée et décentralisée sur une thématique précise. Il remet en cause le monopole de l'engagement partisan bâti sur une conviction idéologique forte⁶⁸. Ce militantisme de situation encourage une nouvelle forme d'activisme politique.

C'est tout d'abord la finalité de la mobilisation qui a changé. Tout indique que la logique de la prise de pouvoir - et *a fortiori* l'objectif révolutionnaire - ne correspond plus aux élans des jeunes générations dans des démocraties libérales. Une fois la liberté démocratique acquise, le motif absolu de changement de régime est devenu caduc. La mobilisation ne se fait plus au nom de la mise en place d'un « contre-pouvoir » mais dans l'objectif de la démultiplication de petits actes de libération qui servent à restituer une part de liberté aux individus dans leur vie quotidienne.⁶⁹ C'est donc l'absence d'un modèle fédérateur qui caractérise ce nouveau type de mobilisation. Mobilisation qui se décline désormais au pluriel, nourrie d'une myriade d'inventions quotidiennes (manifestations, boycotts de produits, etc.). Les jeunes d'aujourd'hui ne sont plus des militants politiques mais des individus mobilisés en quête d'obtenir satisfaction dans des domaines spécifiques qui leur sont chers (par exemple les mobilisations contre le CPE, le mal-logement, la précarité professionnelle, etc.). En d'autres termes, **le militantisme digital des jeunes correspond à un « engagement politique situationnel et ad-hoc »**.⁷⁰ Ici encore, nous retrouvons l'ambivalence du concept d'individualisme. Derrière l'égotisme intimiste de *Facebook* se trouvent aussi les ferments d'une aspiration plus ou moins solidaire. Les réseaux sociaux permettent « *le refus d'une certaine unification de la pensée, ce besoin de liberté de parole, cette absence de fidélité au parti* »⁷¹, écrit le sociologue Jacques Ion. Vu sous cet angle, Internet dispose d'un atout dont les structures conventionnelles de mobilisation font défaut. **Les réseaux sociaux rendent possible une valorisation de l'action individuelle.** La récompense pour l'individu est d'autant plus gratifiante sur Internet que son action individuelle est au service d'une cause solidaire. C'est sur ce point que les jeunes se distinguent de leurs aînés. Ils semblent à la recherche de ce type de récompense symbolique.⁷²

⁶⁸ Laurent Janneau, Sébastien Lernoùd, *Les nouveaux militants : essai*, Paris, 2008.

⁶⁹ Miguel Benasayag, Diego Sztulwark, *Du contre-pouvoir : de la subjectivité contestataire à la construction de contre-pouvoirs*. Paris, 2000.

⁷⁰ Pour une définition du terme "engagement situationnel" voir Jean Baudrillard, *Cool memories 4*. Paris, 2000.

⁷¹ Jacques Ion, Spyrios Frangiadakis, Pascal Viot, *Militer aujourd'hui*. Paris, 2005.

⁷² Ibid.

Il convient bien entendu de nuancer la portée de ce nouveau type de mobilisation. Le militantisme « presse bouton » des jeunes générations n'est pas directement porteur d'un engagement politique structurant. Marqué par son caractère éphémère et ad-hoc, l'engagement se limite souvent à un comptage automatique de quelques adresses mail ou de signatures électroniques pour une pétition virtuelle. En outre, l'anonymat qui est propre à cette pratique indique une certaine facilité. Plus la démarche est facile, plus la pérennité de l'engagement est éphémère. L'autre faiblesse des réseaux sociaux est qu'ils peinent à atteindre un consensus et à fixer des objectifs. Les réseaux sont donc une source de mobilisation mais non pas une force de proposition, ce qui s'avère nocif pour la légitimité politique du mouvement. Les jeunes semblent davantage fédérés par un mode d'action que par un programme commun. Au final, il s'agit de savoir comment faire bouger les choses, sans pouvoir dire pour autant dans quel sens l'on souhaite avancer.

3.3. Les modes de vie et les valeurs culturelles comme modes d'expression personnelle et politique

Nous faisons l'hypothèse que l'engagement politique s'inscrit dans le cadre plus étendu de la vie privée, rythmée par les pratiques culturelles et sociales. Un achat, par exemple, est bien plus qu'un acte de consommation, il peut également être interprété comme un acte d'identification, de militantisme ou encore de l'expression de la personnalité. **Nous sommes amenés à penser que les jeunes formulent un projet politique alternatif qui se décline au quotidien**⁷³. Le rapport entre individu et société change de nature. Désormais, il doit être pensé comme un processus relevant d'identifications temporaires, complexes et protéiformes.

3.3.1. Le libéralisme en matière de mœurs s'installe comme valeur fondamentale

En forçant le trait, la spécificité du regard politique des jeunes semblerait tenir à une internalisation des valeurs traditionnelles du libéralisme politique. Ce dernier semble former la trame de base de la compréhension des enjeux sociétaux par les jeunes. Leur positionnement vis-à-vis de thématiques aussi diverses que le socialisme, le capitalisme, la mondialisation, l'environnement, la famille, le racisme, l'égalité entre hommes et femmes, la justice sociale ou les droits des minorités sexuelles indique qu'ils en font une lecture selon la grille du paradigme libéral. Bien plus qu'une simple ouverture d'esprit, **le libéralisme constitue la pierre angulaire de l'identité des jeunes.**

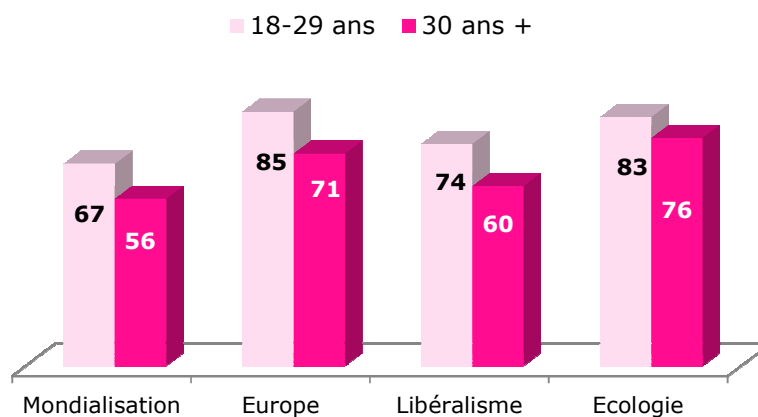
⁷³ Cf. Ulrich Beck, *Individualization : institutionalized individualism and its social and political consequences*, Londres, 2002.

Les Français ont été interrogés sur l'image qu'évoquent un certain nombre de termes politiques tels que le socialisme, le capitalisme, l'Europe, l'écologie ou encore le libéralisme. En comparant notamment les résultats pour les 18-29 ans à ceux de leurs aînés, plusieurs constats se font jour. Premièrement, les jeunes n'hésitent pas à se prononcer et à prendre position. On les compte même parmi ceux qui sont le moins nombreux à donner des réponses évasives. Deuxièmement, ils ont une opinion plus positive du libéralisme, mais aussi de la mondialisation que leurs aînés : en effet, les trois quarts (74%) des 18-29 ans ont une image positive du libéralisme, contre 60% des 30 ans et plus. Par ailleurs, la mondialisation, l'Europe et l'écologie sont également des valeurs portées plus haut par les jeunes.

L'analyse des variables **sociodémographiques** montre quelques variations mineures mais intéressantes. Contre toute attente, ce sont les jeunes non-diplômés qui ont une image plus positive du libéralisme (77%, contre 67% pour les diplômés du supérieur), tandis que le terme mondialisation est considéré avec plus d'égards par les diplômés (68% de réponses positives contre 54% chez les non-diplômés).

Graphique 11 : Voici une série de mots. Pour chacun d'eux, dites-moi s'ils évoquent pour vous quelque chose de positif ou de négatif

(résultats en %)

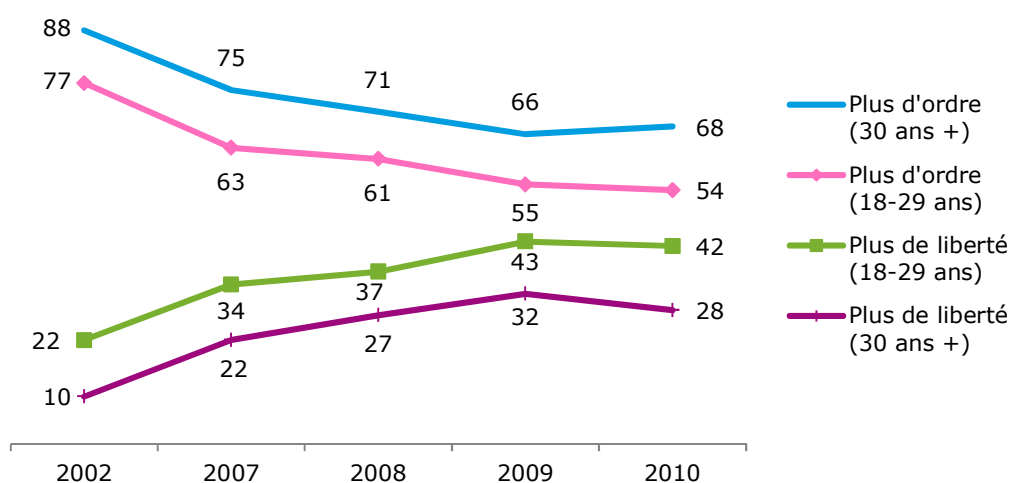


Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 1999.

L'interprétation de ces résultats ouvre plusieurs pistes de réflexion. Il faudrait, préalablement, se poser la question de la définition que donnent les 18-29 ans au libéralisme, notion polysémique et ambiguë. Historiquement, on peut distinguer deux filières du libéralisme classique. Le concept de libéralisme économique renvoie à la libre entreprise, la libre concurrence, la domination du politique par les mécanismes et logiques du marché et le jeu non réglementé des initiatives individuelles, tandis que l'idée de libéralisme politique préconise la protection des libertés et des droits individuels dans la société. C'est dans ce dernier sens que les jeunes semblent entendre la notion. Tout indique qu'ils tendent vers une libération de l'individu des contraintes sociales. Certes, on

ne peut pas exclure que les 18-29 ans ne soient aussi favorables à la libre circulation des marchandises, à une diminution du protectionnisme européen et au développement du marché et de l'espace économique européen. Interrogés en 2010 sur la question de savoir si la société fonctionnerait mieux avec plus de liberté ou plus d'ordre, 42% des 18-29 ans plaident pour plus de liberté, contre 28% des 30 ans et plus. Ces chiffres sont en nette croissance depuis 2002 : le nombre de personnes interrogées réclamant plus de liberté a cru de 10% à 28% pour les 30 ans et plus et de 22% à 42% pour les 18-29 ans.

Graphique 12 : La société a-t-elle besoin pour mieux fonctionner de ...
(résultats en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », 2002-2010.

Ces résultats font écho aux conclusions des dernières enquêtes de l'Eurobaromètre sur la perception de la valeur « liberté » par les européens : **l'UE est synonyme de liberté de circulation**. Ainsi, 54% des 18-24 ans indiquent qu'elle incarne la liberté de voyager, de travailler et d'étudier contre seulement 36% des retraités⁷⁴. Ce taux est également en progression constante depuis 2001⁷⁵.

En réalité, **l'ouverture des jeunes aux valeurs du libéralisme politique signifie d'abord une certaine ouverture aux évolutions du monde**. On n'est pas face à une génération désorientée qui chercherait son salut dans la soumission à une autorité extérieure, mais bien plus face à des jeunes individus qui souhaitent tout à la fois bénéficier de libertés individuelles accrues et de l'avantage qu'il y a à vivre dans une société qui respecte et assure les droits et l'intégrité de la personne.

⁷⁴ Eurobaromètre, EB73 - L'opinion publique dans l'Union européenne, printemps 2010. http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb73/eb73_vol1_fr.pdf

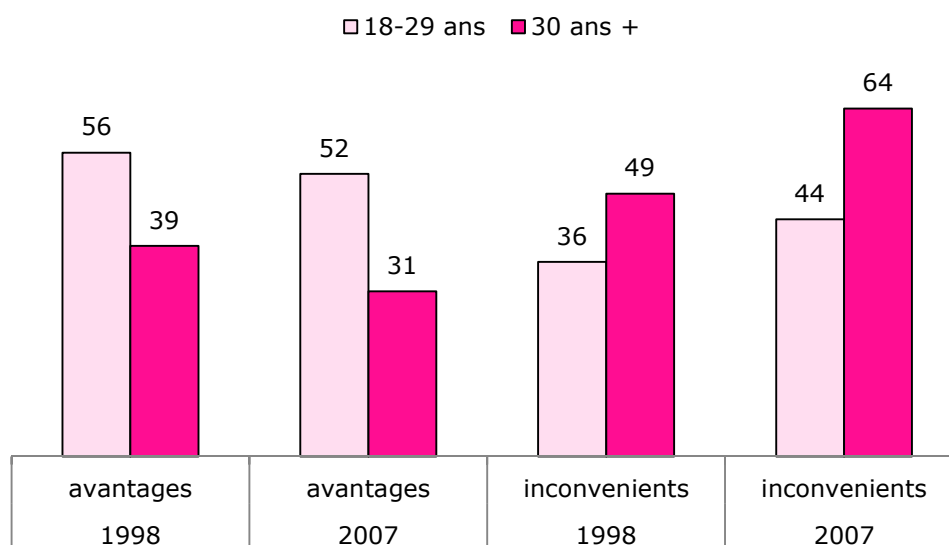
⁷⁵ Commission européenne, Le Magazine - L'Eurobaromètre sonde les jeunes, 15-2001. http://ec.europa.eu/dqs/education_culture/mag/15/fr/page7.htm

3.3.2. Une bienveillance nuancée face à la mondialisation

Les jeunes appartiennent à une génération qui a grandi dans le contexte de la mondialisation. Cela explique que 67% en ont eu une vision positive, contre 56% de leurs aînés. Interrogés plus spécifiquement sur les avantages et les inconvénients de la mondialisation, une majorité (52%) des 18-29 ans considèrent qu'elle a plutôt un impact favorable sur la France, alors que seuls 31% de leurs aînés partagent cet avis. La différence entre ces deux cohortes est significative (21 points).

Graphique 13 : La mondialisation présente-t-elle pour la France plutôt des ...

(résultats en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », 1998-2007.

Ici encore, les effets positifs de la mondialisation sont plutôt perçus en termes de bénéfices culturels et de liberté individuelle plutôt qu'en termes économiques. Une recherche du CREDOC menée en 2003 montrait que seuls 26% des jeunes pensent que la mondialisation est créatrice d'emplois en France (contre 18% chez les 30 ans et plus), tandis que 38% d'entre eux pensent qu'elle enrichit la culture française (contre 29% des 30 ans et plus)⁷⁶.

Les jeunes font clairement la distinction entre les avantages du libéralisme économique et ceux du libéralisme politique. Claude Dargent et Frédéric Gonthier constatent, dans leur travail sur les attitudes des Français face au libéralisme, une tendance tout à fait similaire. Ils montrent que l'opinion publique est à la fois favorable à la valorisation de l'autonomie

⁷⁶ Les items sur les avantages culturels de la mondialisation ont été testés en 2002. Cf. Régis Bigot, Claire Piau, *Peut-on parler d'une opinion de la jeunesse ?*, Cahier de recherche, n° 181, CREDOC, janvier 2003.

individuelle et attachée à l'idée de l'égalité⁷⁷. Ils partent de l'idée que la liberté individuelle n'est possible s'il y a à la fois égalité économique et de droit.

3.3.3. Les jeunes comme moteur de la libéralisation des mœurs

La société n'est pas une entité figée. Elle évolue au fil du temps et ses mœurs changent en conséquence. Ce processus d'évolution a connu une accélération incontestable sur les quarante dernières années. Il est évidemment impossible de faire le tour de la question dans le cadre de cette sous-partie, mais quelques faits marquants méritent d'être rappelés, afin de fixer le cadre sociétal dans lequel les nouvelles générations ont été socialisées :

- Depuis une vingtaine d'années, on observe une tendance à la décohabitation des générations accompagnée par une réduction progressive de la taille des foyers.
- Plus de quatre naissances sur dix ont lieu hors mariage. En parallèle, le concubinage s'est fortement développé.
- Le pacte civil de solidarité (PACS), en vigueur depuis 1999, s'affirme tandis que le nombre de mariages civils est en baisse.
- La probabilité de divorce ne cesse d'augmenter : de 24% en 1981, elle est passée à 39% en 1999 et atteint aujourd'hui 52%⁷⁸. Corrélativement, le taux de familles recomposées est en augmentation constante, de même que le nombre de familles monoparentales⁷⁹.
- La légalisation de la pilule contraceptive, de l'IVG ainsi que l'apparition de nouvelles maladies sexuellement transmissibles telles que le SIDA ont profondément changé les comportements sexuels, y compris chez les moins jeunes.

De nouveaux débats apparaissent : le droit des générations futures, le mariage homosexuel, l'adoption d'enfants par un couple du même sexe, etc. Or, les différentes générations ne réagissent pas de la même manière à ces grandes interrogations de la société française.

Compte tenu de leur socialisation récente, on pourrait penser que la valeur « famille » a une résonance particulière auprès des jeunes. Or, malgré l'éclatement des schèmes

⁷⁷ Claude Dargent, Frédéric Gonthier, « Attitudes économiques : la double déroute du libéralisme ? » In Pierre Bréchon, Olivier Galland (dir.), *L'individualisation des valeurs*, Paris, 2010, p. 83-102.

⁷⁸ INSEE, *Mariages et divorces* (chiffres provisoires pour 2010).

http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=NATnon02326

⁷⁹ Olivier Chardon, Fabienne Daguet, Emilie Vivas, « Les familles monoparentales », n° 1195, *INSEE PREMIERE*, INSEE, juin 2008. 4p. Le nombre des familles monoparentales a progressé entre 1962 et 2005 de presque 300 %. En 2005, l'INSEE compte 1,76 millions de familles monoparentales contre un peu plus que 600.000 en 1962.

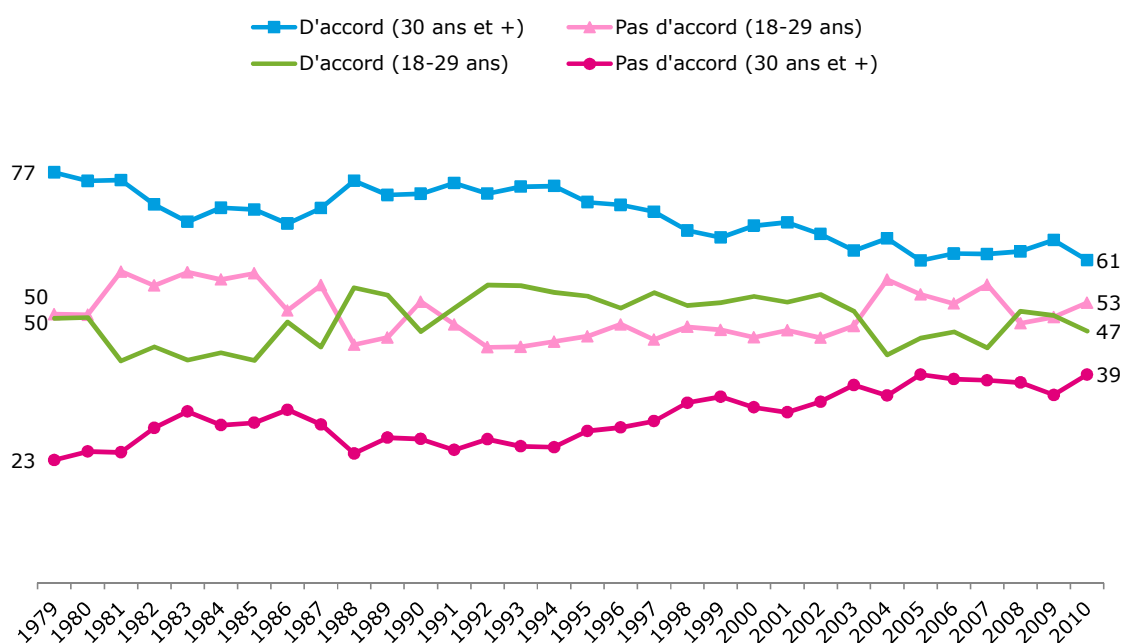
familiaux traditionnels (croissance du nombre de familles monoparentales et/ou recomposées), malgré l'effondrement des modèles d'autorité et d'identification parentale classiques, la valeur « famille » semble toujours constituer un pilier dans l'univers d'acculturation des jeunes.

3.3.4. La famille constitue toujours un pôle de stabilité dans la vie des jeunes mais cette opinion baisse

Très longtemps, l'extrême proximité des jeunes avec leur famille a été incontestable. Cet attachement se traduisait non seulement par une grande solidarité familiale mais aussi par le fait que les jeunes percevaient la famille comme un « havre de paix » dans un monde tourmenté. Il y a seulement dix ans (2002), une majorité (54%) des 18-29 ans se disait d'accord avec l'idée que la famille est « le seul endroit où l'on se sente bien et détendu », contre 65% chez les 30 ans et plus. De même, 68% des jeunes disaient avoir une image « très positive » du mot « famille » (69% chez leurs aînés). Tous les indicateurs montraient alors que la famille était pour les jeunes une valeur refuge. Cela semble être moins le cas aujourd'hui. Les opinions considérant que la famille est un endroit de bien-être et d'épanouissement individuel ne sont plus majoritaires chez les 18-29 ans : seuls 47% partagent encore cet avis. En revanche, leurs aînés ont toujours une vision très positive de la famille (61%).

Graphique 14 : Etes-vous d'accord avec l'idée suivante : « La famille est le seul endroit où l'on se sente bien ? »

(réponses en %)



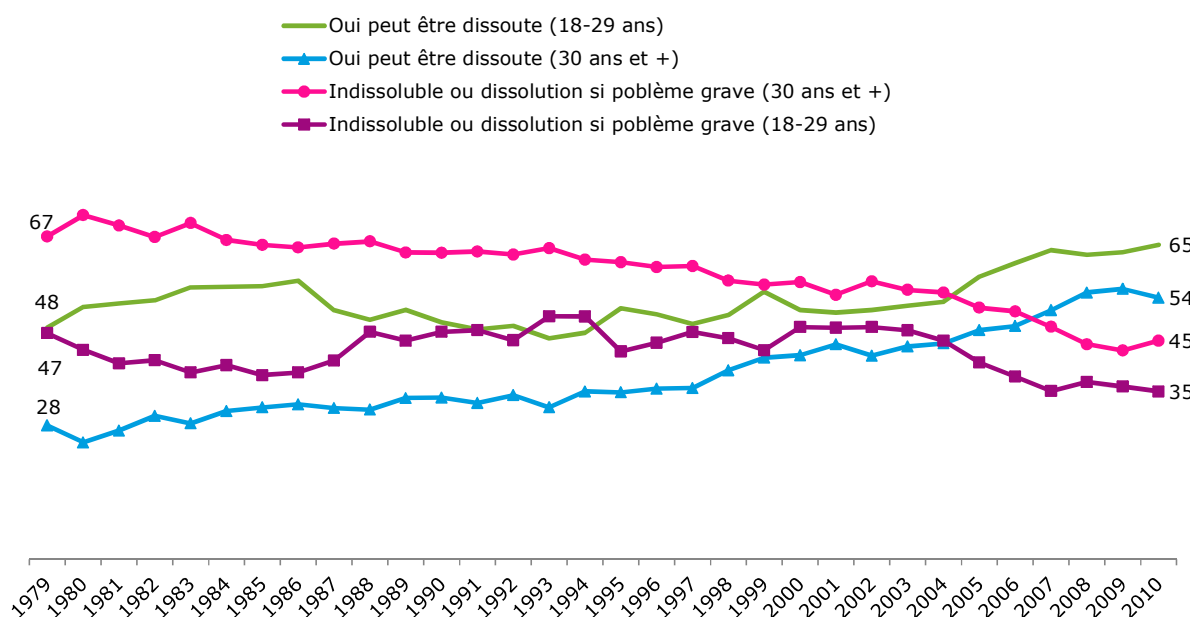
Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », 1979-2010.

3.3.5. Une remise en cause du mariage institutionnalisé

Le mariage n'est plus considéré comme une institution pérenne qui est censée durer toute une vie. Olivier Galland et Bernard Roudet notent à ce sujet que plus d'un tiers des moins de 29 ans considèrent que le mariage est une institution dépassée.⁸⁰ Notre enquête permet de nuancer le propos. Il ne s'agit pas d'une remise en cause fondamentale du mariage, mais de son caractère institutionnel. En d'autres termes, les jeunes s'interrogent sur la nature du lien nuptial. En 2010, 65% des moins de 30 ans pensent que l'union peut être dissoute par simple accord entre les deux parties, contre 54% des 30 ans et plus. L'opinion libérale qui s'oppose donc à l'idée d'une « union indissoluble » ou d'une « dissolution en cas de problème grave » est d'ailleurs majoritaire depuis 2004 dans ce groupe d'âge. La tendance d'une libéralisation des mœurs semble se confirmer dans l'ensemble de la population sur le long terme. Elle est néanmoins plus accentuée chez les jeunes.

**Graphique 15 : Parmi ces opinions, quelle est celle qui se rapproche le plus de la vôtre ?
Le mariage est une union ...**

(réponses en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », 1979-2010.

3.3.6. Les droits des couples homosexuels

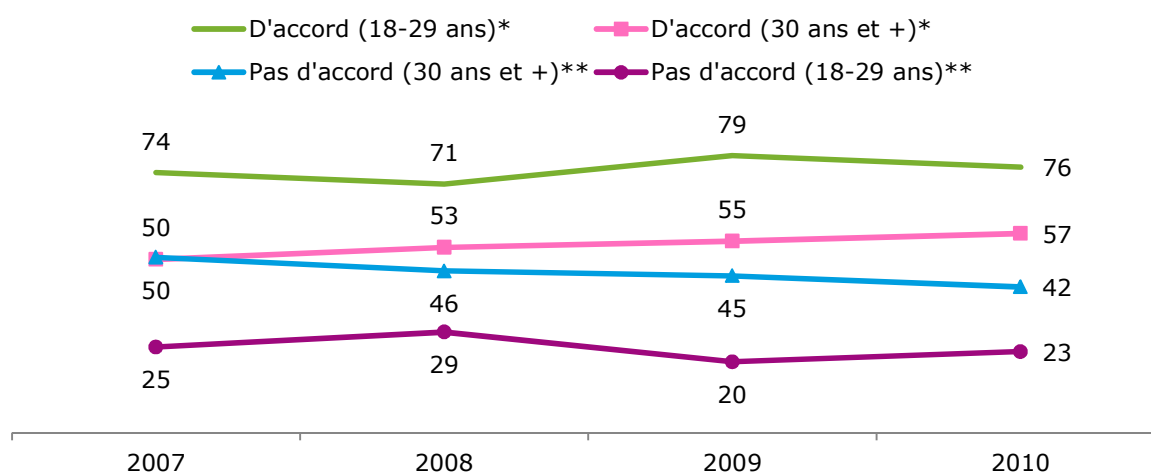
Le « mariage » est vu aujourd'hui, notamment par les jeunes, comme une manière parmi d'autres de vivre en couple. A cet égard, il est particulièrement intéressant de savoir

⁸⁰ Olivier, Galland, Bernard, Roudet (dir.), Les valeurs des jeunes (Tendances en France depuis 20 ans), Paris, 2001.

comment les jeunes réagissent à d'autres formes de la vie à deux, notamment à la question de la reconnaissance légale du concubinage homosexuel. Des travaux généralistes menés sur le sujet montrent qu'en matière de normes morales et sociales, les jeunes sont plus progressifs que le reste de la société.⁸¹ Ils dénoncent beaucoup moins souvent des comportements relatifs aux mœurs sexuelles. L'enquête « conditions de vie et aspirations des français » confirme cette observation. En 2010, 76% des 18-29 ans se prononcent en faveur de l'union civile entre un couple du même sexe, contre seulement 57% des 30 ans et plus. On note, pour les deux tranches d'âge, que l'opinion est majoritairement favorable au mariage civil pour des couples homosexuels.

Graphique 16 : Deux personnes du même sexe devraient pouvoir s'unir civilement à la mairie

(réponses en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », 2007-2010.

* Tout à fait d'accord + Assez d'accord

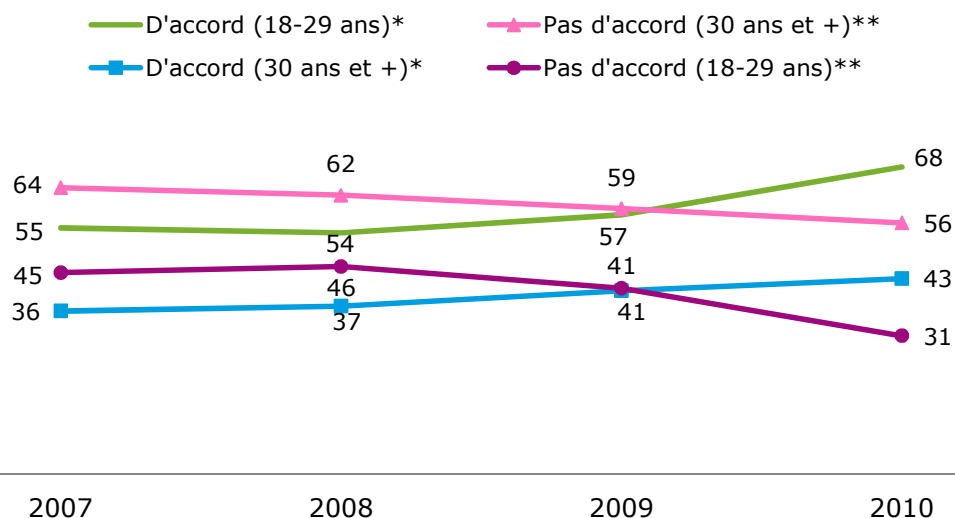
** Peu d'accord + Pas du tout d'accord

Interrogés sur la question de savoir si deux personnes du même sexe devraient être autorisées à adopter un enfant, la situation est quelque peu différente en 2010 : 68% des jeunes se déclarent favorables à cette idée (contre 43% chez les plus de 30 ans). Depuis 2007, on observe une augmentation de +13 points pour les réponses positives chez les jeunes et de +7 points pour les réponses positives des plus de 30 ans. On note que chez les plus de 30 ans, les réponses positives ne sont pas majoritaires : seuls 43% sont pour l'adoption d'un enfant par un couple homosexuel.

⁸¹ Cf. Jean Stoetzel, Les valeurs du temps présent : une enquête européenne, Paris, 1983. Olivier Galland, Sociologie de la jeunesse, Paris, 2007.

Graphique 17 : Deux personnes du même sexe devraient pouvoir adopter un enfant

(réponses en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », 2007-2010.

* Tout à fait d'accord + Assez d'accord

** Peu d'accord + Pas du tout d'accord

L'effet de l'âge sur les attitudes est très net. Comme l'a montré Ronald Inglehart dans ses travaux sur le post-matérialisme, le registre des valeurs a tendance à varier selon les époques historiques⁸². La transformation des valeurs culturelles relèverait selon lui plutôt d'un effet générationnel que d'un effet d'âge. Une génération socialisée dans un contexte d'après-guerre ayant connu une période de manque matériel adopterait plutôt des valeurs qui privilégient la sécurité matérielle. Dans cette perspective, la solidarité familiale et la stabilité des mœurs sont vues comme les fondements de la prospérité économique. Or, les vecteurs de socialisation de la génération qui est l'objet de notre recherche sont bien différents. Elle a été socialisée dans une certaine sécurité matérielle : les valeurs « famille » et « mœurs sexuels » prennent pour elle une autre acception, qui s'inscrit dans une tendance à l'abandon du carcan institutionnel imprégnant l'idée de la vie en couple.

3.4. Les jeunes sont-ils écologiquement responsables ?

Nous avons analysé jusqu'à présent des domaines où le comportement des jeunes se distingue traditionnellement de celui du reste de la population par son caractère plus libéral. Or, qu'en est-il du domaine de l'environnement où ils sont historiquement en retrait par rapport aux 30 ans et plus ?

⁸² Ronald Inglehart, La transition culturelle dans les sociétés industrielles avancées, Paris, 1993.

Interrogés sur les sujets qui les préoccupent le plus, le problème de la **dégradation de l'environnement** est cité par 24% des 18-29 ans contre 18% des 30 ans et plus. La sensibilité pour l'environnement semble donc plus marquée chez les jeunes que chez leurs aînés. Cependant, cette sensibilité plus élevée peine à se traduire en pratique. En ce qui concerne les comportements écologiques et responsables, les jeunes apparaissent « en retard ». A titre d'exemple : en juin 2010, 55% d'entre eux déclarent faire des économies d'eau (contre 69% chez les 30 ans et plus), 36% trient systématiquement les piles, le verre, les emballages et le papier (contre 60% chez leurs aînés) et 21% achètent régulièrement des produits issus de l'agriculture biologique (contre 23% chez les 30 ans et plus). Comment interpréter cette distorsion entre revendications et pratiques écologiques ?

Une recherche récente du CREDOC sur l'environnement montre que le positionnement vis-à-vis de l'environnement est multifactoriel⁸³. Il dépend à la fois de la sensibilité, du degré de connaissance de l'interviewé dans le domaine, de sa propension à accepter de payer pour la protection de l'environnement (taxes, prix plus élevés des produits, etc.), des infrastructures disponibles, etc. C'est dans cette optique qu'il faut lire le comportement des jeunes. Les écarts entre la sensibilité écologique déclarée et les pratiques conduites laissent penser que les variables socio-économiques jouent un rôle décisif. Dans la mesure où les jeunes appartiennent en moyenne à des catégories de la population dont le pouvoir d'achat est moins grand, leur revendication de vouloir protéger l'environnement peine à se traduire en actes.

Au fil du temps, cependant, on note un resserrement des écarts entre les 18-29 ans et leurs aînés. Proportionnellement, les pratiques se nivellent et les jeunes semblent rattraper leur retard.

⁸³ Cf. Régis Bigot, Sandra Hoibian, *Les Français avancent à grand pas sur la longue route écologique*, Cahier de recherche, n° 272, décembre 2010.

EN GUISE DE CONCLUSION : UNE JEUNESSE INDIVIDUALISTE OU EGOISTE ?

En résumé, l'idée reçue selon laquelle les jeunes seraient davantage dépolitisés ne semble pas se confirmer. Ils entretiennent plutôt un rapport différent à la politique, fait notamment de pratiques culturelles nouvelles et d'un surinvestissement d'un certain nombre de valeurs telles que la libéralisation des mœurs, le renouvellement social et l'ouverture au monde. Ce changement de valeurs politiques chez les 18-29 ans s'explique notamment par leur socialisation dans une époque qui est bien différente de celles qu'ont vécues les générations précédentes. Les jeunes traduisent en partie par leur comportement ce qu'ils ont appris pendant leur enfance : une plus grande sensibilité vis-à-vis de l'environnement par exemple, mais aussi la valorisation de l'individualité aux dépens de l'esprit collectif de la famille de l'après-guerre ou une prise de distance vis-à-vis des institutions politiques et sociales traditionnelles. Les attitudes des jeunes indiquent le sens dans lequel la société est en train de se développer : les idéologies se dissipent, les pistes d'identification politique conventionnelles se dissimulent derrière des pratiques culturelles protéiformes. En somme, on est face à une génération libérale en matière de mœurs, mais attentive à la nécessité de la régulation sociale en termes d'injustice générée par les inégalités économiques. Il est vrai que l'extraction des jeunes de leur carcan familial les confronte à des exigences de compétitivité sociale qui ne sont pas toujours compatibles avec des valeurs telles que « la solidarité » ou « la cohésion sociale ». D'un autre côté, il n'est pas sûr que cette tendance se traduise forcément par la formation d'une société qui serait complètement indifférente à l'égard du sort d'autrui.

BIBLIOGRAPHIE

- BAUDRILLARD, Jean, *Cool memories 4*. Paris, 2000.
- BECK Ulrich, *Individualization : institutionalized individualism and its social and political consequences*, Londres, 2002.
- BENASAYAG Miguel, SZTULWARK Diego, *Du contre-pouvoir : de la subjectivité contestataire à la construction de contre-pouvoirs*. Paris, 2000.
- BIGOT Régis, HOIBIAN Sandra *Les Français avancent à grand pas sur la longue route écologique*, Cahier de recherche, n° 272, décembre 2010.
- BIGOT Régis, PIAU Claire, « Peut-on parler d'une opinion de la jeunesse ? », *Cahier de recherche*, n°181, CREDOC, janvier 2003.
- BOURDIEU Pierre, « Les rites comme actes d'institution », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 45, juin 1982.
- BRECHON Pierre, « Moins politisés, mais plus protestataires » In Olivier Galland, Bernard Roudet (dir.), *Les valeurs des jeunes (Tendances en France depuis 20 ans)*, Paris, L'Harmattan, 2001, p. 61-75.
- CHARDON Olivier, DAGUET Fabienne, VIVAS Emilie, « Les familles monoparentales », n° 1195, *INSEE PREMIERE*, INSEE, juin 2008. 4p.
- Commission européenne, *Le Magazine - L'Eurobaromètre sonde les jeunes*, 15-2001.
http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/mag/15/fr/page7.htm
- CROUTTE Patricia, HATCHUEL Georges, *Quelques opinions sur les prestations familiales, sur le rôle parental et sur les Caisses d'Allocations Familiales au début 2002*, CREDOC, n° R258, décembre 2002.
- DARGENT Claude, GONTHIER Frédéric, « Attitudes économiques : la double déroute du libéralisme ? » In Pierre Bréchon, Olivier Galland (dir.), *L'individualisation des valeurs*, Paris, 2010, p. 83-102.
- DUBAR Claude, *La socialisation (Construction des identités sociales et professionnelles)*, Paris, 1991.
- Eurobaromètre, EB73 - L'opinion publique dans l'Union européenne, printemps 2010.
http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb73/eb73_vol1_fr.pdf
- Eurobaromètre, EB73 - L'opinion publique dans l'Union européenne, printemps 2010.
http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb73/eb73_vol1_fr.pdf
- GALLAND Olivier, *Les jeunes*, Paris, Editions la Découverte, 2009.
- GALLAND Olivier, ROUDET Bernard (dir.), *Les valeurs des jeunes (Tendances en France depuis 20 ans)*, Paris, 2001.
- INGLEHART Ronald, *La transition culturelle dans les sociétés industrielles avancées*, Paris, 1993.
- INSEE, *Mariages et divorces* (chiffres provisoires pour 2010).
http://www.insee.fr/fr/themes/tableau.asp?reg_id=0&ref_id=NATnon02326
- ION Jacques, FRANGUIADAKIS Spyrios, VIOT Pascal, *Militer aujourd'hui*. Paris, 2005.
- JANNEAU Laurent, LERNOULD Sébastien, *Les nouveaux militants : essai*, Paris, 2008.
- MANNHEIM Karl, *Le problème des générations*, Paris, Nathan, 1990 (pour la traduction française).
- MAYER Nonna, PERCHERON Annick, « Les absents du jeu électoral », In *Données sociales*, Paris, INSEE, 1990.
- MUXEL Anne, « La participation politique des jeunes : soubresauts, fractures et ajustements », *Revue française de science politique*, vol. 52, n° 5-6, octobre-décembre 2002, p. 521-544.
- MUXEL Anne, « Les choix politiques des jeunes à l'épreuve du temps (Une enquête longitudinale) » In *Revue française de sciences politiques*, vol. 51. n°3, juin 2001, p. 409-430.
- MUXEL Anne, « Les contours de l'expérience des jeunes (A partir d'enquêtes récentes sur les 18-25 ans) » In *Les valeurs en crise (Des valeurs à défendre)*, n° 136, Informations sociales, 2006/8, p. 70-81.

MUXEL Anne, *L'expérience politique des jeunes*, Paris, Presses de la FNSP, 2001.

PERCHERON Annick, *La socialisation politique*, Paris, Armand Colin, 1993.

STOETZEL, Jean, *Les valeurs du temps présent : une enquête européenne*, Paris, 1983. GALLAND, Olivier, *Sociologie de la jeunesse*, Paris, 2007.

CHAPITRE 2 – ETRE JEUNE : UN CONSOMMATEUR ACTIF

INTRODUCTION

L'une des fonctions attribuables à la période de la jeunesse est la socialisation des individus permettant l'équilibre social, et « l'entrée des individus dans des rôles sociaux adultes » (Maupéou-Leplatre, 1961). La jeunesse est aussi caractérisée par une impatience, source de frustration. Les jeunes sont, pourtant, ceux qui « définissent l'avenir » (Bourdieu, 1978), à travers des aspirations propres à leur génération. C'est alors la question des moyens d'intégration sociale qui est posée. En effet, les rites de passage et les cérémonies qui organisaient auparavant les rapports entre les classes d'âge et les sexes ont été progressivement marginalisés, voire abandonnés dans les sociétés modernes (Galland, 1991). Les rapports sociaux ne peuvent cependant faire l'économie de tels rendez-vous sans fragiliser dangereusement l'équilibre général de la vie en commun. C'est pourquoi nous avançons ici l'hypothèse du rôle de la **consommation** dans ce processus de socialisation. Génération Digital natives, Y ou Nomade, la génération des 18-29 ans, est de plus en plus difficile à cerner. Si certains invariants semblent toujours caractériser la jeunesse (prise de risque, impulsivité, insouciance...), de récents bouleversements liés aux usages numériques remettent en question les liens qu'entretiennent les jeunes avec leur entourage, leurs pairs et le monde. Il s'agit de s'interroger sur le sens que les jeunes donnent aujourd'hui à la consommation, à partir de leurs arbitrages d'achats. On peut supposer que dans une société devenue plus individualiste, les jeunes générations, adhèrent moins aux actions collectives telles que les syndicats, partis politiques ou groupes religieux et affirment leurs valeurs au travers de leurs choix de consommation. Le consommateur n'est plus passif. L'essor des nouvelles technologies lui donne les outils d'une vigilance accrue. Il l'aide également à devenir producteur de ce qu'il consomme pour devenir un « prosommateur⁸⁴ » ou « prosumer⁸⁵ ». La consommation traditionnelle est remise en cause, un nouveau modèle se cherche et sera développé à l'avenir avec l'arrivée des nouvelles générations.

Pour identifier les particularités des modes de consommation des 18 - 29 ans d'aujourd'hui, nous comparons leurs principales caractéristiques avec celles des générations précédentes afin de déterminer quels sont les changements majeurs. L'âge apparaît très souvent comme la variable centrale pour définir une évolution de comportements, avec une fonction biologique (relevant en quelque sorte de l'inné) et une

⁸⁴ Concept développé par Toffler A., « *La richesse révolutionnaire* », Plon, 2007

⁸⁵ Beaudouin V. 2011. Prosumer. Communications - 2011/1 - n° 88

fonction cyclique (relevant plutôt de l'acquis, du culturel). Par exemple, c'est au début de la relation amoureuse que les compromis entre les habitudes des deux personnes du couple se mettent en place. Chacun arrive avec ses habitudes et ses bizarreries, l'autre compose avec (Kaufmann, 2002). À la sortie de l'adolescence, l'individu s'invente, c'est un processus long qui conduit à l'abandon de la jeunesse. Nous utilisons les événements qui ont eu lieu au moment où l'individu passe cette transition, 20 ans, pour désigner chaque génération. Les comportements individuels s'inscrivent aussi, et surtout, dans un environnement socio-économique, culturel et historique. Malgré leur différence d'âge, il n'en reste pas moins que deux individus, l'un de 25 ans et l'autre de 50 ans, évoluent dans le même environnement. Il s'en dégage des effets dits de moment ou de période, c'est-à-dire des évolutions généralisées qui touchent l'ensemble de la population à une période donnée. De même, ces effets de moment ne sont pas temporaires. Ils ont des conséquences à la fois durables et variables sur les individus selon leur âge ou leur position dans le cycle de vie au moment considéré. Nous nous devons donc aussi de replacer l'individu au sein du groupe qui a parcouru la même trajectoire historique, c'est-à-dire qui a connu au même moment un événement pris pour référence : il s'agit de l'effet de génération ou effet de cohorte.

Les 18-29 ans, nés entre 1981 et 1992, sont 9,48 millions d'individus en France métropolitaine au premier janvier 2011 selon les données de l'INSEE. Ils représentent 15,0% de la population totale. En reprenant le découpage générationnel de dix ans en dix ans défini par Recours et al (2005), les 18-29 ans sont à cheval sur deux générations :

La « Génération Internet » (née entre 1977 et 1986), définie par Prél (2000) qui correspond à la première génération des individus ayant eu 20 ans au moment du développement massif d'Internet dans la société. Prél décrit des individus soucieux du concret et demandeurs d'expérience vécue, en quête de repères qu'ils sont amenés à trouver par eux-mêmes, par désaffection vis-à-vis d'institutions dont ils pressentent l'impuissance à leur fournir des ressources de sens, (et dans une société qui ne leur fait pas une place au moment où ils atteignent leur majorité ...) ;

La génération (née entre 1987 et 1996) que nous baptiserons « nomade », est caractérisée par le recours aux produits nomades répondant à la mobilité quotidienne (téléphone, internet, i-phone, restauration rapide ...), et aux services (livraison à domicile, achat par internet ...), produits de « génération » que les plus jeunes ont appris à utiliser de façon familière. Ces jeunes ont davantage recours aux réseaux sociaux du Net. Ils sont plus sensibles aux rassemblements émotionnels, en se mobilisant davantage pour une cause ponctuelle (nomadisme associatif, ou politique lors des élections). Ils sont plus prompts à se mobiliser (adhésion nomade) qu'à s'engager (adhésion plus sédentaire). Cette génération empiète en partie sur la génération Y (nées entre 1980 et 1999).

L'origine de ce nom a plusieurs attributions. Pour les uns il vient du Y que trace le fil de leur baladeur sur leur torse, pour d'autres encore il vient de la phonétique anglaise de l'expression Y (prononcer « why » en anglais), signifiant « pourquoi ». Les Américains utilisent également l'expression digital natives ou net generation pour pointer le fait que ces enfants ont grandi dans un monde où l'ordinateur personnel et l'Internet sont devenus de plus en plus accessibles. Le fossé générationnel s'explique par une accélération du changement, l'apparition des NTIC, une hiérarchisation différente dans les transmetteurs de valeurs. Comme l'affirme Pascale Weil dans son ouvrage « Tels pères... quels fils », les pairs sont devenus plus importants que le père.

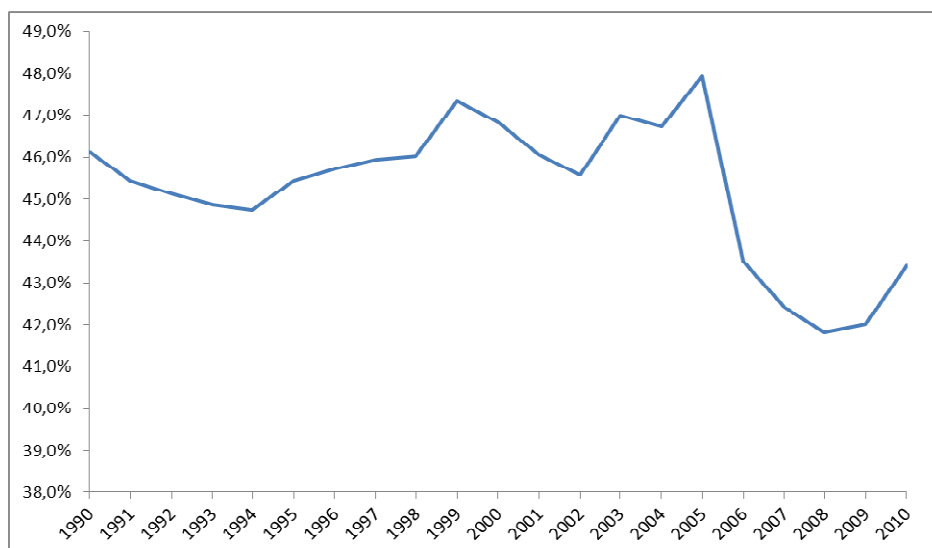
1. LA CONSOMMATION DES JEUNES AUJOURD'HUI ET LES QUADRAS DEMAIN

(PASCALE HEBEL, THIERRY MATHE)

1.1. Quels sont leurs modes de vie ?

Selon que les jeunes vivent ou pas chez leurs parents, les besoins de consommation et les ressources diffèrent. Selon Courgeau (2000), c'est à partir du milieu des années 1970 en raison de la crise économique et de la progression du chômage mais aussi de l'élévation de l'âge de fin d'études que l'allongement de la vie chez les parents a augmenté. Ce phénomène s'expliquait par les conditions économiques, mais aussi par la bonne entente qui existait entre les jeunes de la génération « Low Cost » et leurs parents de la génération Mai 68, baignés dans les théories de Françoise Dolto. Lafère (2005) montre que la co-résidence avec les parents a augmenté entre 1984 et 1999 en raison du développement des études supérieures. La proportion la plus élevée de 18-29 ans vivant chez leurs parents s'observe en 1999, elle est de 47% en 1999, contre 46% en 1990. Pourtant, après 1999, la proportion de jeunes habitant chez ses parents diminue fortement jusqu'en 2008 (voir Figure 1).

Figure 1 : Evolution de la proportion de 18-29 ans vivant chez leurs parents entre 1990 et 2010

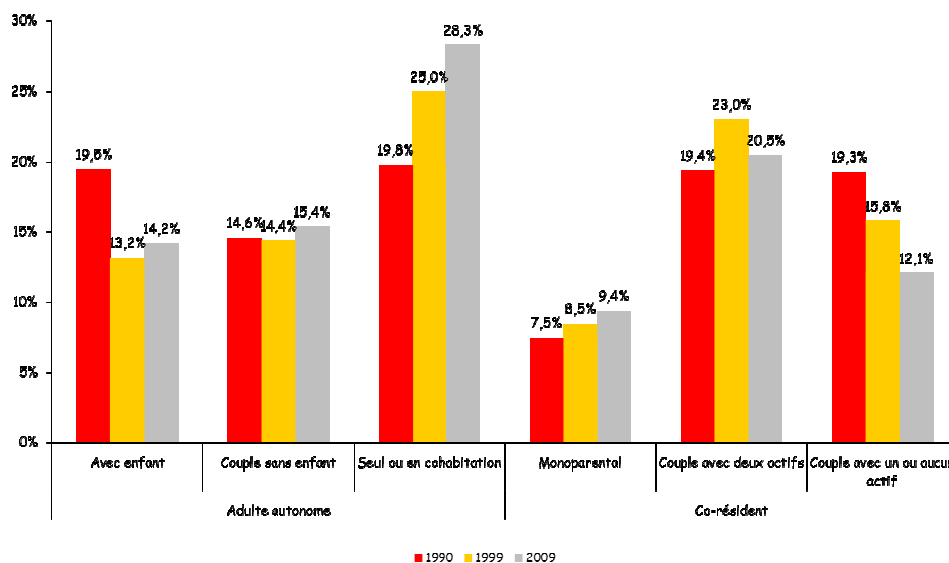


Source : INSEE, Enquêtes emplois (1990 à 2010)

En 2009 par rapport à 1999, les jeunes de 18-29 ans quittent un peu plus tôt leurs parents et sont plus nombreux à vivre seuls. Le nombre de colocataires ne progresse pas entre 1999 et 2009. **Une part de plus en plus importante de jeunes de 18 à 29 ans vit seule**, ils sont 28% en 2009 contre 20% en 1990 (Voir Figure 2). Les 18-29 ans autonomes vivent dans des petits ménages, dont les membres sont des actifs. Les conditions économiques ne s'étant pas améliorées et l'allongement des études étant toujours une réalité, un des facteurs explicatifs pourrait provenir de la proportion croissante de divorces. Les jeunes préfèrent vivre seuls que dans des familles recomposées ou monoparentales. Les jeunes d'aujourd'hui sont moins en phase avec leurs parents que ne l'étaient les jeunes de la génération précédente. Selon les données de l'enquête emploi de 2009, les jeunes 18-29 ans qui se sont installés sont plus diplômés que ceux qui restent chez leurs parents, ils ont alors la possibilité de partir. Les « co-résidents » sont plus nombreux à n'avoir que le brevet des collèges ou à ne pas avoir de diplôme (30% contre 15%). Comparativement aux autres ménages, les jeunes de 18-29 ans, lorsqu'ils sont en couple, travaillent plus souvent tous les deux. Ainsi, ceux qui quittent leurs parents, sont plutôt plus diplômés et s'installent quand ils peuvent subvenir à leurs besoins seuls ou à deux en couple.

Avec la crise économique, en 2010, la proportion de jeunes de 18 à 29 ans vivant chez ses parents augmente de nouveau mais n'atteint pas le point haut de 2009.

Figure 2 : Types de ménages dans lesquels vivent les 18-29 ans en 1990, 1999 et 2009 en %



Source : INSEE, Enquêtes emplois

Dans les deux premiers paragraphes suivants, nous n'étudions que les revenus et les dépenses de consommation des jeunes qui se sont installés. Par contre, dans les paragraphes qui suivent nous analysons la manière dont l'ensemble des 18-29 ans choisissent les produits et identifions les circuits de distribution qu'ils fréquentent que soit leur statut résidentiel (autonome ou co-résident). Enfin, le dernier paragraphe, plus prospectif analysera les façons de consommer des quadras de demain.

1.2. Quelles sont leurs ressources ?

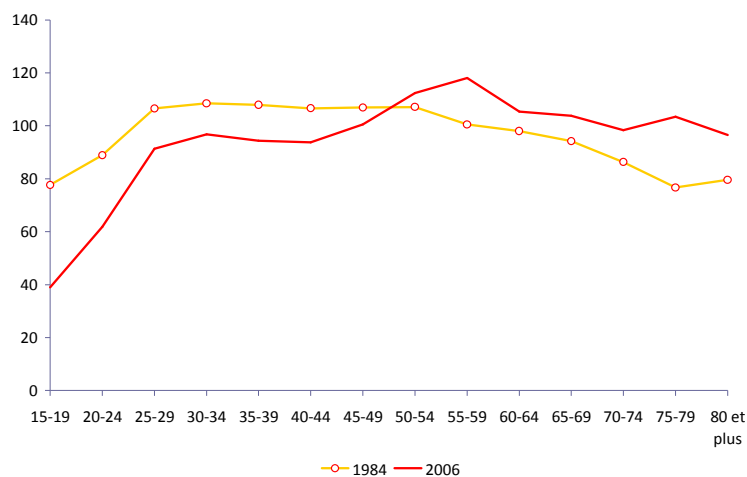
Avant d'apporter des considérations sur les arbitrages de consommation, il est nécessaire de comprendre comment la consommation est financée et si les revenus sont suffisants.

1.2.1. *Toujours autant d'inégalités de revenu en défaveur des jeunes générations*

Le constat d'une inégalité de revenus entre les générations est apparu au début des années 1980. Les travaux menés au milieu des années 90 (Legris et Lollivier, 1996, Chauvel, 1998, Lollivier, 1999 et Hourriez et Roux, 2001), montrent que si les générations nées jusqu'à la seconde guerre mondiale avaient eu à chaque âge un niveau de vie supérieur à celui des générations précédentes, ce n'était plus le cas à partir des générations nées après 1950. Le phénomène s'inverse pour les jeunes générations : au même âge, les jeunes générations gagnent relativement moins que les générations les

plus âgées. Sur la dernière enquête Budget des ménages de 2006, le constat reste le même : les jeunes générations gagnent moins au même âge que celles qui sont nées vingt ans plus tôt (voir Figure 3). Les résultats de Bonnet (2010) sur les revenus fiscaux en 2010, vont dans le même sens, les générations postérieures à celle de 1950, ont des revenus plus faibles que ceux de leurs aînés aux mêmes âges. Ainsi, comme le montre Chauvel (1989), la répartition des revenus se fait au détriment des jeunes générations. La faiblesse des revenus des 18-29 ans, ne s'explique pas par un écart de niveau de diplôme, puisque les jeunes générations ont un niveau plus élevé de diplôme que les générations précédentes.

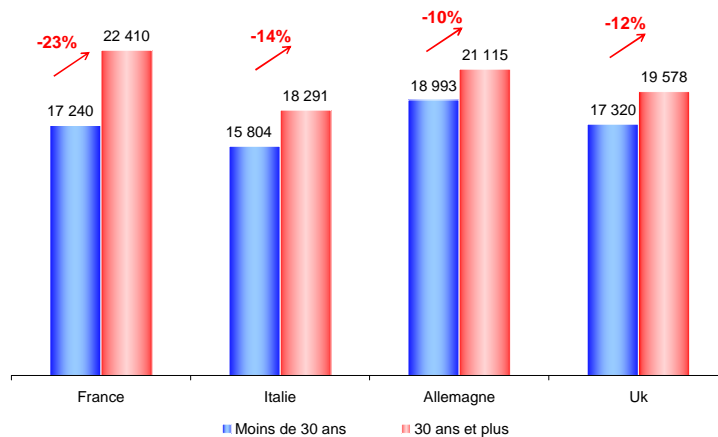
Figure 3 : Comparaison des revenus par UC en indice 100 sur la moyenne de la population selon l'âge entre 1984 et 2006



	15-19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-49	50-54	55-59	60-64	65-69	70-74	75-79	80 et plus
Ecart en % 2006/1984	-39	-27	-15	-12	-14	-13	-6	5	17	7	10	12	27	17

Source : Enquête Budget des ménages, 2001 et 2006, INSEE

Figure 4 : Comparaisons des différences des revenus entre les ménages de moins de 30 ans et les autres selon les pays européens en 2009 en standard de pouvoir d'achat

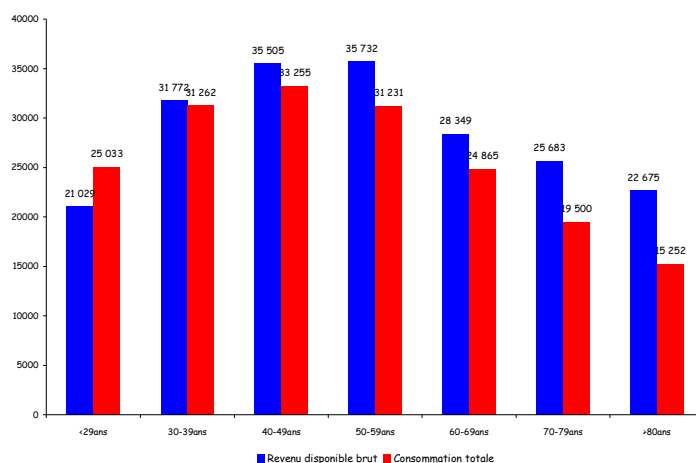


Source : Enquête SILC

Cette inégalité est plus forte en France que dans plusieurs autres pays européens. A partir de l'enquête SILC de 2009, on a pu calculer que les ménages dont le chef de ménage a moins de 30 ans, gagnent 23% de moins que ceux dont le chef de ménage a plus de 30 ans (cf. Figure 4). Les écarts ne sont que de 14% en Italie, 10% en Allemagne et 12% au Royaume Uni. Chambaz (2001), avait déjà montré qu'en Europe, lorsque les ménages de moins de 30 ans ont des ressources, leur niveau moyen de revenu est de 35% inférieur à celui de l'ensemble de la population. Cet écart était particulièrement élevé en France (45%), en Espagne (42%) et aux Pays-Bas (40%). En revanche, il était réduit en Autriche (20%) et au Royaume-Uni (26%).

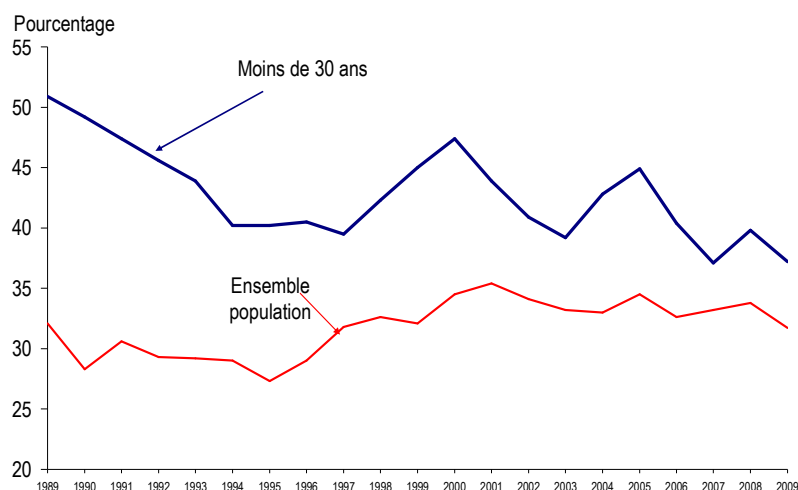
1.2.2. Baisse de l'utilisation du crédit à la consommation chez les moins de 30 ans

Figure 5 : Revenu disponible brut et dépenses de consommation selon l'âge en 2006



Du fait de la faiblesse de leurs revenus (cf. Figure 5) et de leur appétence à consommer, les jeunes ménages installés ont des niveaux de dépenses plus élevés que leur niveau de revenu. Ils ont donc recours à du crédit ou à des dons de la part de leur famille. Mais, depuis le début des années 90, le taux de détenteurs de crédits à la consommation chez les moins de 30 ans diminue fortement (51% en 1989 contre 32% en 2009). Dans la population globale le taux de détention a par contre fortement progressé entre 1995 et 2001 pour se stabiliser ensuite. Comme nous avons pu le montrer dans une étude réalisée pour le compte d'un acteur du Crédit, les organismes de crédit excluent peu à peu les jeunes du crédit pour des raisons de solvabilité. Ce sont les familles qui jouent alors le relais et qui donnent ou prêtent de l'argent aux jeunes qui s'installent. Les parents de cette génération jouent, donc, de plus en plus le rôle de « génération pivot », selon la terminologie d'Attias Donfut (1988) avec la prise en charge de leurs enfants qui partent plus tôt du domicile familiale et le soutien de leurs parents dépendants.

Figure 6 : Evolution du pourcentage de détenteurs de crédits à la consommation

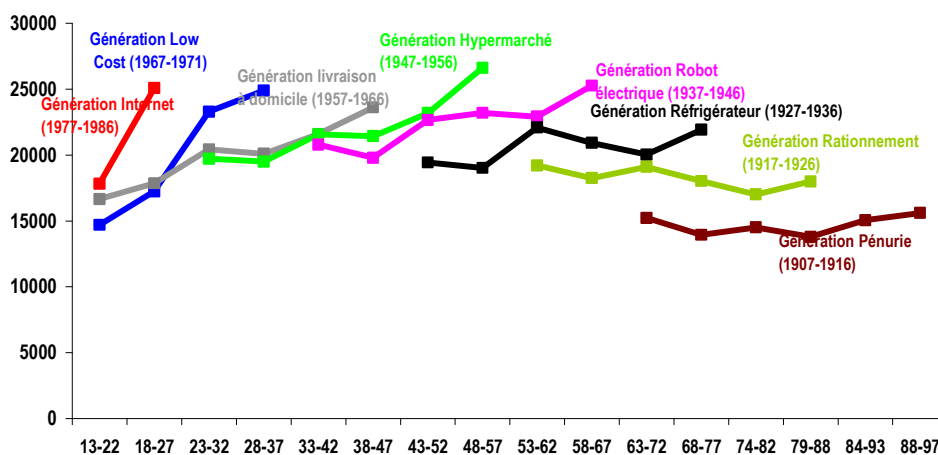


Source : Observatoire de l'endettement

1.3. Comment arbitrent-ils leurs dépenses de consommation ? Contraintes du loyer et choix de la réalisation de soi

Les enquêtes budget des ménages de l'INSEE permettent de connaître l'ensemble des dépenses de consommation des ménages. Dans cette partie, nous étudierons les dépenses des ménages dont le chef de ménage a entre 18 et 29 ans, donc des jeunes qui sont autonomes. Leur spécificité est d'être plus diplômés que ceux qui sont co-résidents.

Figure 7: Effets d'âge et de génération sur les dépenses totales par UC, en € constants 2005, pour une année⁸⁶



Source : INSEE, Enquêtes Budget des Familles 1979, 1984, 1989, 1995, 2000, 2005, Retraitement CREDOC

⁸⁶ Pour la génération Nomade née entre 1987 et 1996, les effectifs ne sont pas suffisants pour que soit affichée la valeur de ses dépenses de consommation en 2006.

La Figure 7 issue du rapport de Recours et al (2008), met en évidence l'appétence à consommer des plus jeunes ménages. Dans la génération Internet, à environ 23 ans, le niveau de dépenses est de 25 000 euros par an et par UC, contre seulement 16 500 euros par an et par UC, au même âge pour la génération Low-Cost. Ainsi, chaque nouvelle génération dépense plus que la génération précédente au même âge. Dans l'analyse des effets statistiques mis en évidence dans le modèle Age-Cohorte-Période, il est mis en évidence que **les dépenses de consommation augmentent avec le revenu. Cependant, quels que soient la génération et le niveau de revenu, les dépenses de consommation tendent à décroître avec l'avancée en âge.** La génération Internet, consomme plus au même âge que les générations précédentes (Recours et al, 2008), elle joue donc un rôle primordial dans la consommation. Face à l'éclatement des repères sociaux, la notion classique de groupe ne permet pas de circonscrire pleinement la diversité des formes de l'activité sociale. Les individus sont en quête de structures librement choisies, ce qui s'est traduit par la libération des entraves relationnelles qu'imposent les structures traditionnelles (famille, classes sociales, conjoint, ...). Cette libération a eu pour effet de laisser place à un certain vide qui a conduit l'individu à la nécessité de retrouver des repères et à se créer une identité. La consommation aujourd'hui répond à ce manque créé par l'individualisme, **elle permet de plus en plus à chacun d'exprimer son identité.** Fondées sur l'idée de l'avènement d'une société post-moderne les nouvelles théories ne décrivent plus le consommateur comme un acteur rationnel (même réflexif) : il éprouve aussi des émotions et fait montre d'affect. On observe ainsi une augmentation des petits groupes sociaux qui s'apparentent à des communautés ou à des formes tribales très fortement déterminées par un lien émotionnel. La communauté est davantage centrée sur le plaisir d'être ensemble que sur un projet auquel tous les individus contribuent. La tribu est un moyen de renouveler **la nature du lien social.** Ce phénomène est encore plus vrai pour les jeunes. Le jeune est un inconnu pour lui-même. Il est en phase de construction identitaire, tout en étant orienté vers l'avenir. L'être humain est un être relationnel qui se construit par ses liens avec autrui. Sans les autres, l'être humain n'existe pas. L'un des désirs humains est d'être reconnu par ses semblables. Et c'est bien **cette relation avec les autres qui crée ce désir de consommation.** Par effet de **mimétisme et d'imitation, nous désirons ce que l'autre a désigné comme désirable.** Les leaders d'opinion jouent un rôle capital dans le jeu du désir puisqu'ils jouent le rôle du médiateur. Les consommateurs souhaitent le produit porté par une célébrité dans leur construction de soi. La consommation « symbole » signifie souvent que l'individu cherche à améliorer son image de soi. Et c'est bien dans cette recherche d'identité que la publicité crée l'identification à des stars. L'utilisation de célébrités permet aux gens ordinaires d'imiter les stars. Le développement de la presse people ces vingt dernières années en France participe à l'effet de mimétisme par

triangularisation : le médiateur est la star qui nous donne envie de consommer tel produit parce qu'elle désire ce produit. La société de consommation prône le nouveau et l'inédit qui créent du désir. Les hommes prennent alors leurs désirs pour des besoins.

La topique des motivations (*cf.* annexe) sur laquelle nous fondons notre analyse repose sur cette segmentation qui part des besoins à satisfaire vers le désir. Ce désir de consommation s'est peu à peu étendu à l'ensemble des classes sociales et des différents secteurs de la consommation. En 1993, Lahlou et al. faisaient le constat qu'une grande majorité de la population était dans la sphère des motivations stratégiques et que seule une faible partie était dans la sphère exploratoire. On peut faire l'hypothèse aujourd'hui que l'évolution darwinienne a conduit les jeunes générations directement au niveau des motivations exploratoires alors que les générations nées avant-guerre sont encore au niveau de base. Cette sphère des motivations exploratoires est celle du loisir et a été encouragée par le passage aux 35 heures. On peut aussi supposer qu'elle s'est traduite par la réduction du temps de travail. Les jeunes générations, dans une société d'hyperchoix grandissante, en recherche constante de satisfaction, sont en permanence dans le désir de consommation. Leur désir de consommation est immédiat alors que dans les générations précédentes on acceptait de ne s'équiper (en automobile, logement, ...) qu'après un certain âge. Le modèle générationnel met nettement en évidence que les jeunes générations ont fortement modifié leurs besoins en les déplaçant vers la réalisation de soi, en privilégiant notamment l'hôtellerie et la communication et en arbitrants en défaveur de l'alimentation, de l'habillement et des charges de logement (*cf.* Tableau 4).

Tableau 4 : Synthèse des effets de génération, âge et revenu sur les arbitrages de consommation

Topique des motivations	Fonctions	Effet de génération	Effet d'âge	Effets croisés avec le revenu	Autres effets
Motivations De base	Alimentation (coef budgétaire)	Négatif - Les jeunes générations arbitrent en défaveur de l'alimentation	Augmentation avec l'âge	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	
	Santé (dépenses)	La génération Hypermarché est celle qui dépense le plus en santé, les trois dernières générations dépensent peu au même âge	Pas d'effet d'âge	Hausses des dépenses très fortes chez les plus aisés depuis 1995	Dépenses de santé plus élevées dans les zones urbaines
	Loyer pour les seuls locataires (dépenses)	Positif - Dépenses plus élevées dans les plus jeunes générations		Phénomène générationnel accentué dans les milieux modestes	Dépenses élevées en agglomération parisienne
Motivations logistiques	Charges du logement (coef budgétaire)	Négatif - Beaucoup plus élevés pour les anciennes générations	Plus on est âgé plus les charges sont élevées	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	
	Équipement du logement (coef budgétaire)	Les générations intermédiaires ont les coefficients budgétaires les plus faibles	Augmentation forte à l'âge de la dépendance	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	
	Habillement (dépenses)	Négatif - Beaucoup plus élevés pour les anciennes générations	L'effet de cycle de vie est fort - plus on vieillit, plus sa garde robe est pleine et moins on achète		Dépenses plus élevées en zone très urbaine
Motivations stratégiques	Communication (coef budgétaire)	Positif - les jeunes générations arbitrent en faveur des communications	Maximum du coefficient budgétaire chez les 23-32 ans	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	Coefficient élevé en agglomération parisiennes
	Transport (coef budgétaire)	Les générations intermédiaires ont les coefficients budgétaires les plus élevés	Diminution avec l'âge	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	Plus on habite en zone urbanisée moins les dépenses de transport sont élevées
	Éducation (coef budgétaire)	Les générations intermédiaires ont les coefficients budgétaires les plus élevés	Poids important chez les étudiants		Augmentation avec la taille de l'unité urbaine
Motivations exploratoires	Loisirs (coef budgétaire)	Les générations intermédiaires ont les coefficients budgétaires les plus élevés	Diminution avec l'âge	Moins d'effet générationnel chez les plus modestes Augmentation forte chez les plus aisés	Diminution avec l'augmentation de la taille du ménage, plus faible en aggl. parisienne
	Hôtellerie (coef budgétaire)	Positif - les jeunes générations arbitrent en faveur des hôtels	Diminution avec l'âge	Effet générationnel accentué chez les plus aisés	

Note de lecture : les motivations de base désignent les besoins primaires de la sphère individuelle (alimentation, santé), les motivations logistiques concernant la vie quotidienne permettant de s'approvisionner en besoins de base (habillement, ...), les motivations stratégiques concernant la sphère socio-professionnelle et l'optimisation dans le temps de la structure de soutien logistique (transport, formation, ...) et enfin les motivation exploratoire correspondantes à la sphère existentielle et la recherche de nouvelles dimensions de satisfaction (loisirs)

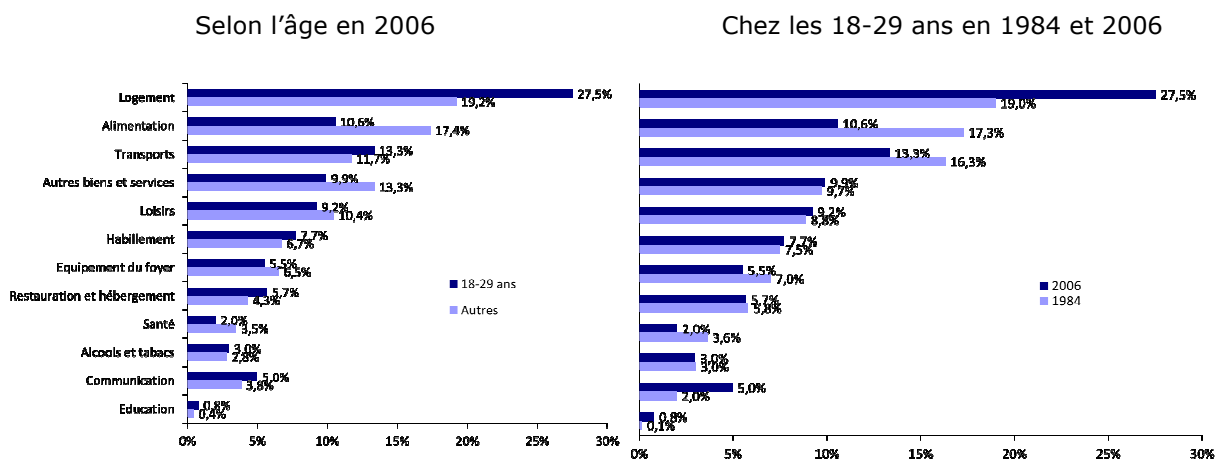
Source : Recours et al, 2008

1.3.1. Arbitrages en défaveur des motivations de base : alimentation et habillement

Nos jeunes générations arbitrent en défaveur des besoins de base (Recours et al, 2008). On note surtout la faiblesse de la part de l'alimentation pour la population des 18-29 ans : 10,6% contre 17,4% pour les autres générations ainsi que la faiblesse des achats sur le poste autres produits et services (assurances et soins personnels) : 9,9% contre 13,3% (cf. Figure 8). Alors que les dépenses totales des 18-29 ans sont seulement inférieures de 4% par ménage et par an que celles des autres ménages, les dépenses en produits alimentaires et en boissons non-alcoolisées des 18-29 ans sont 40% plus faibles que chez les autres. Quant à l'habillement, les dépenses qui lui sont consacrées par les 29 ans et moins s'élèvent à 7,7%, contre 6,7% pour les autres. Le pourcentage légèrement supérieur des 29 ans et moins s'avère trompeur dans la mesure où les dépenses en

matière d'habillement sont les plus fortes entre 22 et 32 ans. C'est un moment-charnière oscillant entre l'entrée dans la vie active et la mise en ménage. Il s'agit donc d'un début de cycle de vie, où les sorties avec des amis et le temps passé au travail suscitent chacun une consommation soutenue de vêtements. Les sorties au restaurant, au spectacle ou avec des amis se font moins nombreuses à partir de la mise en couple et moins encore avec l'arrivée d'enfants dans le foyer. Cet effet de cycle de vie touche toutes les générations. Les dépenses d'habillement diminuent avec l'avancée en âge. Il convient donc de lire ce pourcentage comme signe d'un faible investissement dans ce type d'achats à un âge où il pourrait être plus important. La modélisation Age-cohorte-période a mis en évidence (Recours et al, 2006), un effet générationnel négatif : les jeunes générations dépensent moins au même âge en habillement.

Figure 8 : Coefficients budgétaires des douze fonctions de consommation



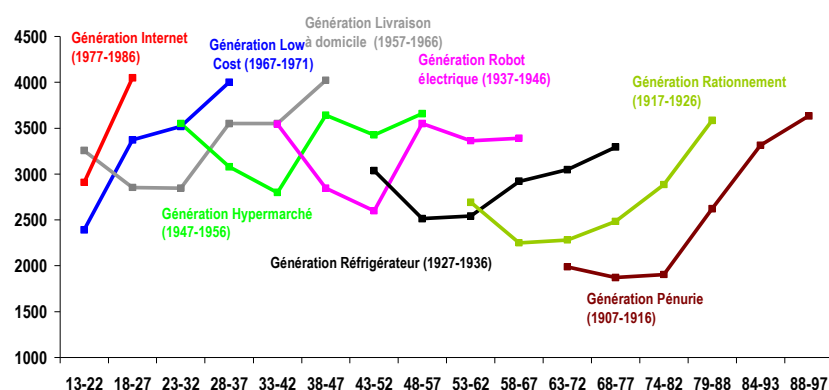
Source : INSEE, Enquêtes Budget des Familles 1984, 2006, Retraitement CREDOC

1.3.2. Fortes contraintes en loyer sur les plus jeunes

Les représentations et les pratiques des jeunes générations en matière de consommation reflètent les valeurs dominantes qui sont les leurs en même temps qu'elles informent sur le contexte économique et social dans lequel elles évoluent. Ainsi, les **dépenses en loyers** illustrent avant tout une contrainte de type économique. Elles sont en augmentation pour les plus jeunes générations. L'effet générationnel est significatif sur les loyers, les jeunes générations ont au même âge des loyers plus élevés que les générations précédentes (Recours et al, 2008 et Figure 7). Les nouveaux baux sont plus élevés pour ceux qui rentrent plus tardivement sur le marché locatif que ce soit dans le secteur privé ou social. Par contre, les charges de logement sont plus élevées dans les générations les plus anciennes et augmentent avec l'âge. Les plus âgés passent plus de temps chez eux et ont tendance à se chauffer plus.

Au global, le poids des dépenses de logement est nettement plus fort chez les 18-29 ans et a nettement augmenté en 20 ans. La dernière **enquête Budget des familles de l'INSEE** (2006), met en évidence le poids élevé du poste global **du logement** (incluant en plus des loyers, les charges telles que l'électricité, l'eau) pour les 29 ans et moins (**27,6%, contre 19%** pour les autres). Les 18-29 ans, dépensent 6 037 euros en moyenne par an pour leur logement contre seulement 4 261 euros pour le reste de la population, soit 42% de plus. Le poste du logement constitue une forte contrainte qui conduit les jeunes à se restreindre sur des postes de base comme l'alimentation et l'habillement.

Figure 9: Effets d'âge et de génération sur les dépenses de loyers (seuls consommateurs), en € constants par an



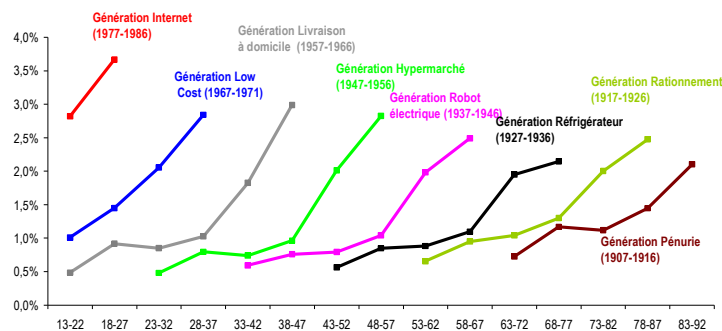
Source : INSEE, Enquêtes Budget des Familles 1979, 1984, 1989, 1995, 2000, 2005, Retraitement CREDOC

1.3.3. Choix de la réalisation de soi : développement des dépenses en restauration, hôtels, loisirs et communication

Les générations Internet (1979-1988) et Nomade (1989-1998) sont les premières générations à être nées avec « la Crise ». Ces générations n'entendent parler que de société de l'information et des nouvelles technologies de communication, d'une économie fondée sur la connaissance. Soucieuse du « concrètement », du vécu, de l'expérience, de la transparence, ces générations s'évertueront à retrouver le socle du pragmatisme. D'une manière générale, les nouvelles générations prennent leurs distances avec toutes les institutions (église, école, état, partis, entreprise). Elles préfèrent tenter de résoudre elles-mêmes les problèmes qui se posent dans leur environnement. Face à ce désinvestissement vis-à-vis des institutions, ces choix de consommation leur permettent de constituer le repère manquant. Elles recherchent du lien social dans la consommation. Habitues depuis la crèche à vivre avec leurs pairs, ces générations sont entourées de plusieurs groupes de copains qu'elles ont connus à l'école ou dans leurs activités extrascolaires qui se sont fortement développées. Selon les tribus qu'elles fréquentent, elles porteront les signes distinctifs qui la caractérisent. Dans le cadre des nombreuses

relations sociales qu'elles entretiennent, les dépenses consacrées aux **à la communication** constituent des postes importants de la consommation parmi les jeunes. Les poids des dépenses en communication sont **de 5% pour les 29 ans et moins contre 3,8%** pour les autres ménages. Les **dépenses en communications** s'élèvent à 1 181 euros par an en moyenne pour les 18-29 ans et 969 euros pour le reste de la population, soit 22% de plus. Entre 1984 et 2006, le poids des dépenses de communication a fortement augmenté chez les plus jeunes, il est passé de 2% à 5%.

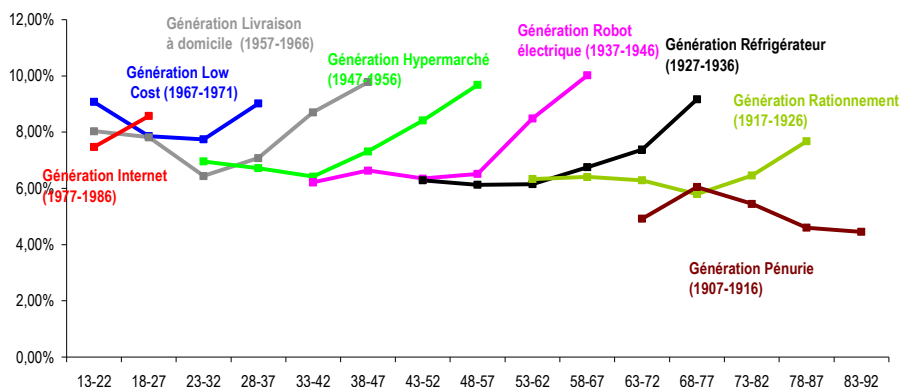
Figure 10: Effets d'âge et de génération sur le coefficient budgétaire en dépenses de communication



Source : INSEE, Enquêtes Budget des Familles 1979, 1984, 1989, 1995, 2000, 2005, Retraitement CREDOC

Pour ces jeunes générations, la consommation participe à la réalisation de soi dans la mesure où elle permet à l'individu d'affirmer ses propres valeurs. Parmi les éléments générationnels se rapportant à la classe d'âge des 18-29 ans, figure la **consommation « exploratoire » (Restauration et loisirs)**, amenée à se poursuivre avec l'avancée en âge, même si elle va en se ralentissant (effet d'âge). Le poids des dépenses de loisirs augmente avec l'arrivée des nouvelles générations, il est passé chez les 18-29 ans de 8,8% à 9,2% entre 1986 et 2006. Les achats d'équipements audiovisuels et informatiques passent de 434 euros pour les moins de 30 ans à 330 euros en moyenne annuelle pour le reste de la population, soit une hausse de 31%.

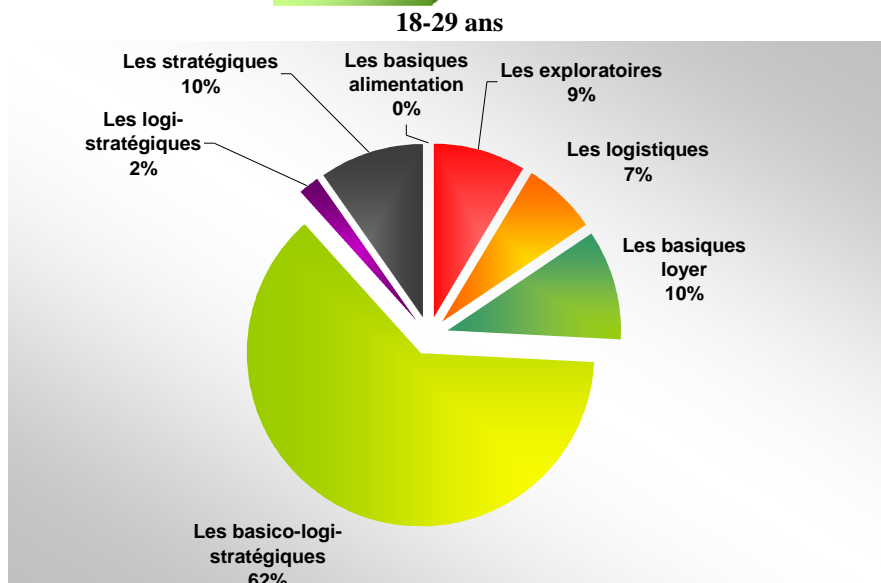
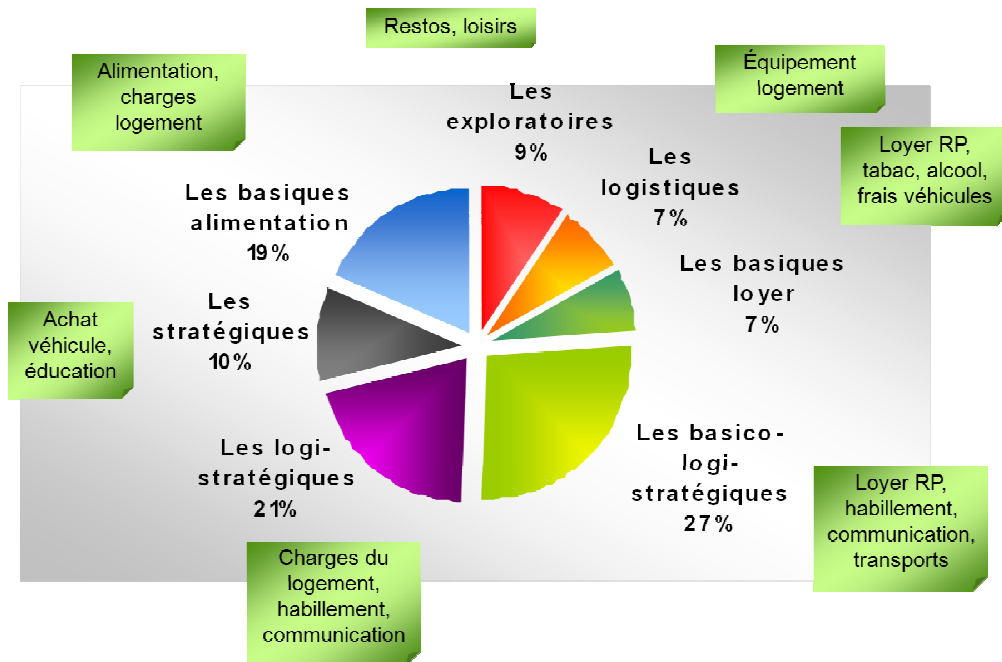
Figure 11: Effets d'âge et de génération sur le coefficient budgétaire en dépenses de loisirs



Source : INSEE, Enquêtes Budget des Familles 1979, 1984, 1989, 1995, 2000, 2005, Retraitement CREDOC

Pour illustrer la typologie des motivations et sa structure selon les générations, nous avons réalisé une typologie basée essentiellement sur les coefficients budgétaires de 36 postes de consommation (Voir la description en annexe). Le critère le plus différenciant est celui de l'âge. Les deux tiers des moins de 30 ans se retrouve dans une classe, celle des « basico-logi-stratégiques » contre seulement 27% de la population totale des ménages. Cette classe privilégie fortement les dépenses en habillement, en services de transport, en communication, multimédia et enseignement. Elle est fortement contrainte par les dépenses en loyers. Les motivations de base sont très peu investies que ce soit l'équipement du foyer, l'alimentation ou encore la santé. Les dépenses en habillement sont fortes chez les plus jeunes en raison d'un fort effet d'âge. Aucun ménage de moins de 30 ans, ne fait partie de la classe basico-alimentaire qui privilégie essentiellement l'alimentation. Les jeunes un peu plus favorisés sont 9% (autant que le moyenne totale) à se situer dans la classe exploratoire favorisant les loisirs, les dépenses en hôtels restaurants et les services de transport. Un groupe de jeunes (10%) se caractérisent par des dépenses importantes en achat de véhicules, ce groupe baptisé (stratégique) a besoin d'un véhicule pour des raisons professionnelles et se restreint sur les autres postes de consommation. Ce comportement est lié à des métiers imposant l'utilisation d'un véhicule ou à des choix d'habitation en région rurale.

**Figure 12 : Répartition des classes de la topique des motivations
Population totale**



	Exploratoires (8%)	Logistiques (7%)	Basiques loyers (7%)	Basico-logi-stratégiques (27%)	Logi-stratégiques (21%)	Stratégiques (10%)	Basiques alimentaires (19%)
Postes de dépenses sur représentés	RHF (16,7% contre 2,5%), Hôtels restaurants (21% contre 4%), Loisirs (7,6%), Services de transports (2,8%), Multimédia (1,7%),	Biens d'équipements (18,2%), loisirs (8,1%)	Alcool tabac (15,5%), Loyer (8,1%), frais véhicules (10,1%)	Loyer (11,9%), Vêtements (5,6%), Services transports (3,6%), communication (3,4%)	Frais véhicules (12,6%), Charges logement (7,1%), Communication (3,5%)	Transports (38,2%), Achats véhicules (17,6%)	Alimentation (27,2%), Charges de logement (8,5%), Assurances et autres services (12,7%)
Postes de dépenses sous représentés	Biens d'équipement (4%), Alimentation (11,8%), Achat véhicule (0,9%)	Alcool tabac(2,1%), Loyer (2,4%), Achat véhicule (1%), Alimentation (12,3%), Hôtel restaurant (4,4%)	Vêtement-chassures (2,5%), Biens d'équipements (3,3%), Achat véhicule (0,6%), transports (8,9%)	Alcool tabac (2%), Achat véhicule (0,6%), Transports (8,3%), Hôtels restaurants (4,5%)	RHF (1,8%), Achat véhicule (0,5%)	Loyer (2,2%), Charges logement (3%), Alimentation (9,7%), Biens d'équipements (3,7%)	Hôtels restaurants (2%), Transports (4,4%), Vêtements (2,6%)
Classes d'âge	40-49 ans (26% vs 19%)	50-59 ans (23%)	40-59 ans	Moins de 39 ans	30-39 ans	40-49 ans	60 ans et plus
CSP - revenus	Cadres et prof. Intermédiaires, les plus aisés, diplômés du supérieur	Revenus moyens et forts	Employés et ouvriers, faibles revenus, diplômés inférieurs au Bac	Employés, faible niveau de revenu		Aisés, cadres et prof. intermédiaires	Diplôme inférieur au Baccalauréat
Localisation et type de ménage	Grandes villes et UU de Paris	Communes rurales		Grandes villes et UU de Paris	Familles avec enfants	Famille avec enfants (2 et plus), communes rurales et petites communes	Communes rurales et petites communes

Source : Enquête Budget des Ménages, INSEE

Dans le paragraphe suivant, nous proposons de comprendre comment sont choisis les produits et services par les nouvelles générations.

1.4. Quels sont leurs critères de choix ? Vers des marques identitaires

Les jeunes constituent une « cible marketing » à part entière, qui allie l'attachement à une culture et des modes de consommation typiquement jeunes. Les valeurs des nouvelles générations se traduisent donc dans le sens qu'elles donnent à leurs pratiques de consommation au regard du contexte économique, social et culturel dans lequel elles se sont construites. Dans un premier temps, nous analysons comment les jeunes générations choisissent leurs produits et dans un deuxième temps, de façon plus approfondie, nous mettons en avant les déterminants de leurs choix de consommation.

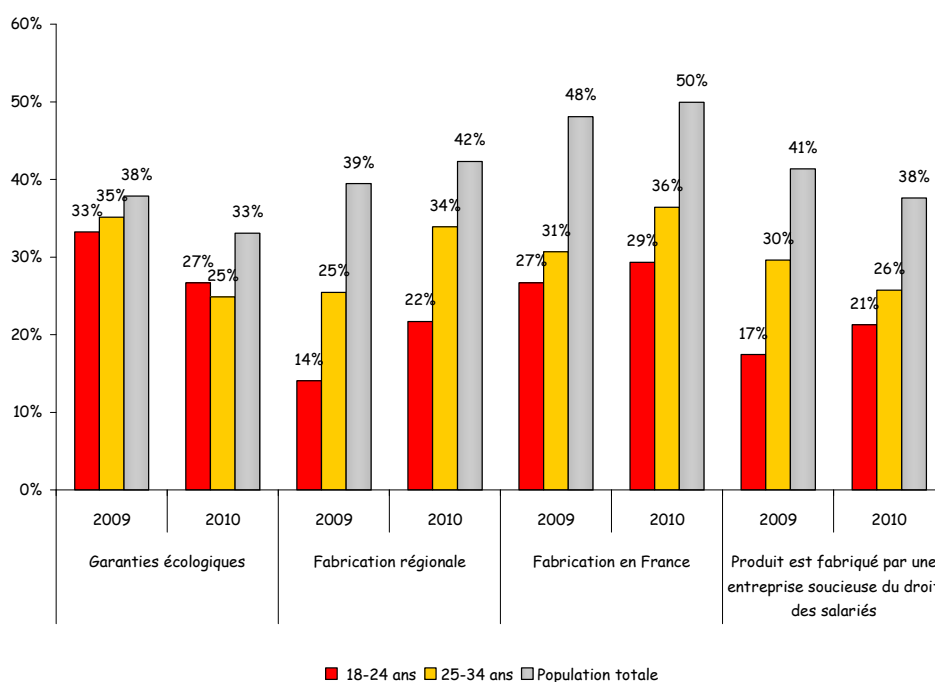
1.4.1. Consommation engagée : le développement durable un prérequis

Les critères de choix : garanties écologiques, fabrication régionale, fabrication en France ou encore « produit est fabriqué par une entreprise soucieuse du droit des salariés »

comptent très peu pour les jeunes, notamment pour les 18-24 ans. En 2010, le critère garanties écologiques n'est important que pour 27% des 18-24 ans contre 33% des 35 ans et plus. Le critère fabrication régionale, n'intéresse que 22% des 18-24 ans contre 42% des 35 ans et plus, celui du fabriqué en France ne concerne que 29% des 18-24 ans contre 50% des 35 ans et plus. Le critère « entreprise soucieuse du droit des salariés » intéresse 21% des 18-24 ans contre 38% des 35 ans et plus.

Figure 13 : Evolution des opinions concernant les critères pour l'achat d'un bien de consommation

Question : Voici plusieurs raisons d'acheter des produits de consommation. Pour chacune d'entre elles, dites-moi si vous personnellement, elle vous incite (beaucoup, assez, un peu, pas du tout) à acheter un produit. Réponses : « Beaucoup »



Source : CREDOC, Enquêtes « Consommation », 2009, 2010

Tout se passe, comme si pour ces générations, la protection de l'environnement était un pré-requis. Les jeunes générations sont éduquées dès leur plus jeune âge au développement durable et se sont habituées à ce que ce soit intégré dans les processus de production. Elles ne cherchent pas ces valeurs au travers de leur consommation. Les valeurs environnementales sont plus souvent portées par les milieux favorisés (Bozonnet, 2005) or les jeunes d'aujourd'hui le sont très peu. Ce sont les générations nées avec le mouvement de l'écologie qui le portent le plus. Par contre, les jeunes sont plus portés sur l'usage d'un produit que sa possession. A la question « *concernant les produits et les services de consommation, vous avez déjà acheté un produit neuf, en envisageant la possibilité de le revendre d'occasion par la suite* », 43% des 18-24 sont tout à fait ou plutôt d'accord, et les 25-34 ans 37% contre seulement 33% en population totale. A la

question, « *aujourd'hui, l'important c'est de pouvoir utiliser un produit plutôt que de le posséder* », 75% des 18-24 ans, et 67% des 25-34 ans sont tout à fait ou plutôt d'accord, contre 65% de la population totale. Pour ces nouvelles générations, les nouveaux modes de consommation favorisant la seconde vie des objets sont plus fortement adoptés. Les critères écologiques doivent être à la base de tout produit ou service, mais les jeunes adoptent de façon pragmatique des comportements plus écologiques : recyclage des objets et utilisation de la mobilisation douce.

1.4.2. Développement de stratégies d'achat leur permettant d'optimiser leurs arbitrages

Les contraintes économiques qui se sont imposées aux jeunes générations depuis 30 ans, les ont conduites à développer des modes de consommation permettant d'optimiser leurs achats. Les jeunes générations développent des pratiques visant à acheter un produit jugé de qualité, mais à bas prix. Acheter à bas prix s'installe dans les pratiques et ne constitue plus une tare mais au contraire, un comportement valorisé (Hébel et al, 2009 ; Hébel et al, 2010).

La diffusion d'Internet participe sans conteste à cette diffusion de l'achat optimisé grâce à la puissance des comparateurs de prix. La pratique des soldes demeure un indicateur illustratif de la tendance à l'achat malin. On remarque que son évolution est à la hausse depuis l'entame des années 2000. Après une baisse d'intérêt entre 1997 et 1999, les soldes semblent susciter un plus grand intérêt depuis le début des années 2000. En mars 2012, 60% des consommateurs déclarent attendre les soldes pour leurs achats vestimentaires et 51% ont fait les soldes de janvier 2012. Dans le modèle Age-Cohorte-Période (cf. Tableau 5) l'âge est le premier critère de différenciation, les moins de 22 ans, et dans une moindre mesure les 23-32 ans sont ceux qui les pratiquent le plus. Ce sont très nettement les plus jeunes qui attendent les soldes pour leurs achats vestimentaires, et notamment ceux qui sont seuls. Par exemple, les plus de 83 ans ont 6,3 fois plus de chance de ne quasiment pas faire les soldes par rapport aux 33-42 ans. Comparativement, pour cette même déclaration, les 23-32 ans ont seulement 1,2 fois plus de chance d'effectuer des achats soldés par rapport à cette même population de référence (33-42 ans). Le modèle Age-période-cohorte met en exergue que ce sont les générations Réfrigérateur (née entre 1937 et 1946) et Robot-électrique (née entre 1927 et 1936) qui pratiquent le plus les soldes au même âge. Nos générations Internet et Nomade, ne sont pas les premières au même âge à rechercher les soldes, même si par effet d'âge elles font plus souvent les soldes. Mais elles vont en période de crise développer de nouvelles stratégies comme les achats sur Internet, l'achat de produits d'occasion ou la recherche de premiers prix (cf. Figure 14).

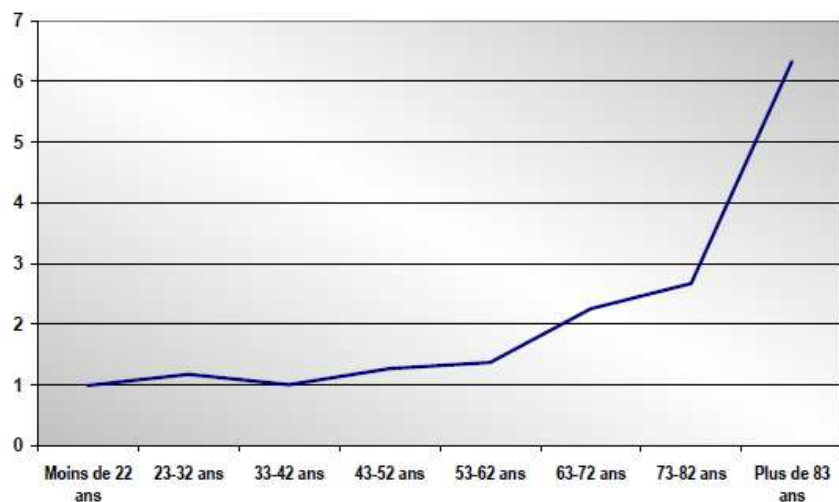
Tableau 5 : Régression logistique, question « Pour vos achats vestimentaires, attendez-vous les soldes? » - Modalité « Rarement » + « Jamais »

	Coefficients/ Total	Significativité	DDL	Khi-2de Wald
Modèle		***		
Constante	-0,9827	***		
Génération		*	7	13,36
1907-1916	0,5476			
1917-1926	0,2264			
1927-1936	-0,2435			
1937-1946	-0,2748			
<i>1947-1956</i>	0,000			
1957-1966	-0,0775			
1967-1976	-0,0976			
après 1977	0,1978			
Age		***	7	18,90
Moins de 22 ans	-0,0154			
23-32 ans	0,1586			
<i>33-42 ans</i>	0,000			
43-52 ans	0,2347	*		
53-62 ans	0,3115			
63-72 ans	0,8106	***		
73-82 ans	0,9819	***		
Plus de 83 ans	1,845	***		
Taille du ménage		***	3	17,02
1 personne	0,2718	***		
2 personnes	0,000			
3 personnes	-0,0913			
4 personnes et plus	-0,1754	*		
Professions et Catégories Socio-Professionnelles		**	4	12,47
Autres, inactifs	-0,0195			
Retraités	0,0733			
Employés, Ouvriers	0,2585	*		
<i>Professions intermédiaires</i>	0,000			
Exploitants, chefs d'ent, Cadres, prof. libérales	0,3482	**		
Taille d'agglomération		***	4	14,84
Moins 2000 hbts	0,163	*		
2 000-20 000 hbts	-0,1035			
20 000-100 000 hbts	-0,2464	**		
<i>Plus de 100 000 hbts</i>	0,000			
Paris	0,0917			

En italique : modalités de référence

Source : CREDOC, Enquêtes « Consommation », 1996, 2001, 2005, 2010

Figure 14 : Exponentielle⁸⁷ des effets d'âge pour la question « Pour vos achats vestimentaires, attendez-vous les soldes ?, modalité « Jamais » + « Rarement »



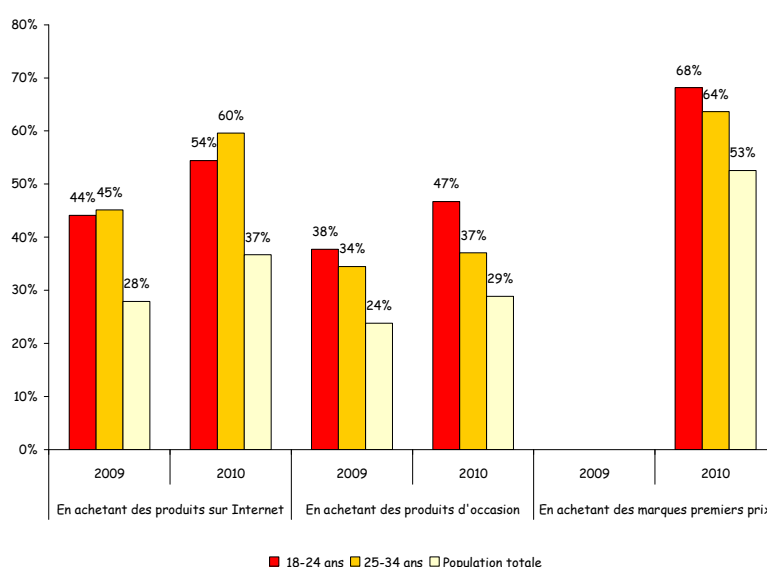
Source : CREDOC, Enquêtes « Consommation », 1996, 2001, 2005, 2010

Grille de lecture : Comparativement aux 33-42 ans, les individus d'un âge supérieur à 83 ans ont 6,3 fois plus de chances de répondre faire « jamais » ou « rarement » les soldes pour leurs achats vestimentaires. Les 23-32 ans ont 1,8 fois plus de chance que les 33-42 ans, de déclarer cette même opinion.

⁸⁷L'exponentielle des effets d'âge se calcule par l'exposant des coefficients de la régression logistique.

Les achats sur Internet pour faire des économies sont bien plus pratiqués et de façon significative (test du Chi² significatif) chez les 18-34 ans par rapport à la population totale. De la même façon, les 18-24 ans sont, en 2010, 47% à déclarer faire des économies en achetant des produits d'occasion. En un an, la proportion a augmenté de 9 points. Les 18-24 ans, sont les plus nombreux à déclarer avoir mis en place cette stratégie. Les achats des marques premiers prix sont aussi des pratiques plus fréquemment mises en place par les 18-34 ans (test significatif). Les jeunes vont significativement plus souvent dans les circuits low cost, tels que les hard-discount (voir paragraphe suivant).

Figure 15 : Depuis le début de l'année, avez-vous l'impression d'avoir fait des économies ... ?

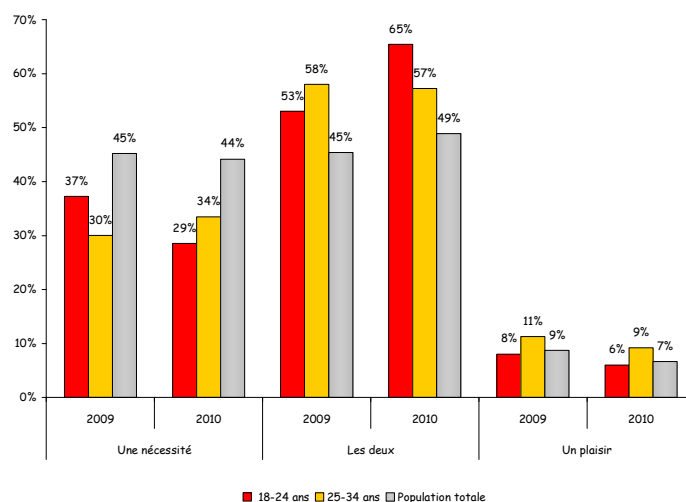


Source : CREDOC, Enquêtes « Consommation », 2009, 2010

1.4.3. Les marques un moyen d'identification pour les jeunes

Pour autant, la consommation est significativement moins une nécessité pour les jeunes. Pour eux, la dimension plaisir côtoie celle de la nécessité. Pour près des deux tiers des 18-34 ans, avec une hausse importante chez les 18-24 ans de 12 points en un an, la consommation est à la fois un plaisir et une nécessité.

Figure 16 : Pour vous la consommation, c'est avant tout... ?



Source : CREDOC, Enquêtes « Consommation », 2009, 2010

Dans notre dernière recherche sur la crise de confiance dans les marques (Hébel et al, 2010), à partir du modèle âge-période-cohorte, nous montrons que l'effet d'âge est très important sur la confiance dans les marques. Ce sont les 23-32 ans qui sont les plus sensibles au critère marque dans le choix d'un produit de grande consommation. Moins expérimentés, les jeunes ont besoin d'être guidés pour choisir et la marque constitue un repère d'identification. Comme le montre Hugon (2011⁸⁸), l'identité change de sens pour cette nouvelle génération. Par le passé, depuis le début du XIXe siècle, l'identité dans les champs politique, psychologique et de la consommation était avant tout déterminée par un ensemble d'éléments qui s'inscrivaient dans le long terme. L'héritage tout d'abord : pour devenir « quelqu'un », on était déterminé par l'endroit où l'on était né, par sa famille, par le capital qui nous accompagnait. La pérennité ensuite. L'identité léguée s'inscrivait dans le long terme. Il n'était pas question — ou en tout cas suspect — d'en changer, pas plus que bord politique, ni de sexe ou d'habitudes consommatoires. A cela s'ajoutait une notion d'exclusivité. La culture marketing en est d'ailleurs imprégnée, elle qui, dans ses segmentations, place rarement un même individu dans deux catégories différentes. La fixité enfin. Il fallait assumer ce qu'on était, ne pas en changer sous prétexte d'être considéré comme instable. Depuis le début des années 90, et de façon accélérée grâce à Internet, une mutation profonde s'est installée : on peut désormais choisir qui l'on est. « Le lieu fait le lien » écrit Maffesoli (1990): l'identité devient une expérience, un itinéraire. L'identité d'un consommateur tient à la situation concrète de l'acte consommatoire auquel il prend part. D'où la sophistication de certains lieux de vente, comme les boutiques Abercrombie & Fitch qui aspirent et transforment le

⁸⁸ Hugon S. 2011. Communauté. Communications - 2011/1 - n° 8.

consommateur. D'où aussi la participation effrénée aux soldes, rite païen qui facilite une sorte d'accession à l'expérience du sacré. Il faut donc prendre au sérieux l'idée du masque, des profils, des avatars, non pas comme des éléments qui occultent mais au contraire qui révèlent les potentiels identitaires multiples du consommateur. Les espaces de la création de l'identité sont par ailleurs renouvelés : c'étaient auparavant l'école, le travail, la famille, la politique ou le militantisme, ce sont aujourd'hui le jeu, le corps, le festif, le sport, le sexe, l'Internet ou encore la consommation.

Les jeunes générations ont des difficultés à s'inscrire dans une temporalité longue, de type carrière. Par contre, ils ont une réelle disposition à la résilience et à l'adaptation. Michel Maffesoli a affirmé au début des années 90 que l'on passait de la consommation à la « consommation ». La consommation est un acte individuel qui remplit un besoin. C'est l'art de gérer dans le temps. Elle est aujourd'hui remplacée par la consommation dans laquelle je désire tout, tout de suite. Quant à l'avenir, qui vivra verra — comme au poker. Les jeunes générations préfèrent habiter le présent plutôt que de miser sur un futur qui ne se matérialise pas à leurs yeux. La consommation est donc un acte rituel par lequel je m'inscris dans un espace, une communauté et une temporalité. Par la consommation, je dis mon affection aux personnes qui me ressemblent et je célèbre l'ici et maintenant. Au total, la consommation est devenue totémique. Les soldes par exemple, avec leur date précise de déclenchement, participent de la construction et de la montée d'un désir. Le consommateur retrouve alors, l'espace d'un instant, un sens social à la consommation.

Dans nos derniers travaux sur les représentations de ce que peut être une « bonne marque », nous montrons que les mots relatifs à l'image, la réputation, la reconnaissance ont sensiblement progressé dans le discours des consommateurs depuis 1994. Cette dimension où l'image de marque définit la bonne marque se retrouve plus particulièrement chez les plus jeunes (Hébel et al, 2010). La consommation identificatoire caractérise de manière prépondérante les jeunes générations. Cette recherche d'une marque d'identification apparaît très clairement dans l'enquête qualitative réalisée auprès de différents groupes de jeunes. Pour mieux mettre à jour les liens entre les pratiques et les représentations des jeunes en matière de marques de vêtements, nous avons réalisé une série d'entretiens de groupe sur le thème de l'habillement et des marques de vêtements⁸⁹. Quatre réunions de groupe ont eu lieu, en mai 2011, à Paris et en région (Tours), réunissant des jeunes selon leur âge, leur sexe et leur niveau de dépenses

⁸⁹ Les animations de groupes et leurs analyses ont été réalisées en collaboration avec cinq étudiants du Master « Consultants et chargés d'études socio-économiques » de l'Université Paris VII-Diderot. Il s'agissait de s'intéresser notamment aux phénomènes de contagion entre pairs, aux marques d'identification, ainsi qu'au rapport aux circuits de distribution privilégiés des jeunes.

d'habillement⁹⁰. Pour réaliser son enquête sur les critères d'achat, le CREDOC a choisi de s'intéresser aux 18-29 ans, période significative de changement pour les jeunes majeurs. La qualité d'une marque entraîne une relation de confiance. Ses adeptes sont assurés de ne pas avoir de déception en achetant un produit de la marque. La confiance placée par les jeunes dans les marques réside aussi dans l'assurance du plaisir procuré lors du port du vêtement. La marque est plus majoritairement associée à des valeurs, à un esprit particulier qui permet à chacun de construire son style et donc sa propre identité : « *La marque que je porte reflète vraiment ma personnalité (...) Vu que chaque marque véhicule une certaine image, forcément ça se reflète sur nous* » (Homme 18-24 ans). Cependant, ces valeurs ou cet esprit ne semblent pas référés à une dimension faisant appel à un destin collectif. Si les valeurs éthiques ont été brièvement évoquées (et seulement par quelques 25-30 ans), ce critère n'intervient pas du tout dans les achats des jeunes. Comme nous le verrons dans le paragraphe suivant, les nouvelles générations accordent beaucoup moins d'importance à la protection de l'environnement que les précédentes. Il semble que l'on puisse parler à ce sujet d'un « phénomène générationnel » illustré d'ailleurs par le vieillissement des militants écologistes (Bozonnet, 2005).

Les valeurs de la marque, ce sont aussi celles qui reflètent les moments et les activités correspondant au port d'un vêtement. Les marques citées spontanément, dont les jeunes parlent volontiers et de façon récurrente, sont celles des loisirs, et non celles relatives à l'univers professionnel. Or les nouvelles générations ne placent plus le travail en tête de leur identité et des moyens de réalisation de soi.

Ce sont en même temps des générations qui ont appris à décrypter les actions « marketing » menées par les entreprises. Grâce aux divers media, les jeunes se forgent leur propre opinion. Devenus prescripteurs et « catalyseurs », ils refusent de se faire instrumentaliser par les marques et entendent domestiquer l'offre (Préel, 2000). Ils mélangent les styles et les modes de consommation, tout en se révélant parfois des acheteurs compulsifs.

En revanche, ce n'est pas le cas de la dimension « éthique », pourtant fortement valorisée dans la société contemporaine, tant par les médias que par les acteurs politiques et les services de communication des entreprises. Il n'est pas question pour les jeunes de déculpabiliser en orientant leur consommation par des critères sociétaux ou « responsables », c'est-à-dire vers des marques relayant des messages de protection de l'environnement, d'écologie, d'éthique, ou de protection des salariés. Ce comportement se comprend aisément :

⁹⁰ La composition des quatre groupes était la suivante : un groupe de femmes de 18-24 ans, « grosses acheteuses » ; un groupe d'hommes de 18-24 ans, « gros acheteurs » ; un groupe de femmes de 25-30 ans, « acheteuses moyennes » ; un groupe d'hommes de 25-30 ans, « acheteurs moyens ». Ces quatre groupes ont été réunis en janvier 2011, chacun pendant 3 heures.

- En premier lieu, ayant toujours connu la société de consommation, l'idée de culpabilité leur est tout à fait étrangère dans ce domaine ;
- En second lieu, leur recherche de réalisation de soi n'est pas forcément synonyme d'une recherche de sens à caractère global.

C'est pourquoi leur rapport à la marque est avant tout caractérisé par l'hédonisme et l'insouciance.

Les groupes des 18-24 ans et ceux des 25-30 ans se sont révélés en effet assez distincts du point de vue de leur rapport à la consommation, tant pour les filles que pour les garçons. La fidélité à une ou plusieurs marques se révèle plus accentuée chez les hommes en général, et chez les 18-24 ans en particulier : « *C'est une question de confiance. (...) Je n'ai jamais été déçu par Ralph Lauren* » (Homme, 18-24 ans). Les jeunes dans leur ensemble s'accordent pour dire que la marque est synonyme de qualité. C'est particulièrement le cas pour les 25-30 ans, tandis que les plus jeunes citent la reconnaissance et la notoriété, mais aussi les valeurs véhiculées parmi les critères caractérisant une marque. Toutefois, les marques de distributeurs (Zara, Jules, etc.) sont plus difficilement assimilables à des marques, même si certaines jouissent elles aussi d'une forte notoriété. Par qualité, ils entendent confort, esthétique, durabilité : « *Les grandes marques, c'est un investissement* » (Femme, 18-24 ans). Une différence est exprimée entre les marques financièrement plus accessibles représentées par les marques de distributeurs et les marques de référence que l'on va plus souvent désirer qu'acheter (trop onéreuses) et porter (trop excentriques ou trop voyantes). Les secondes correspondent davantage à des marques d'identification et suscitent de l'attachement. Une distinction est faite également entre les marques éphémères et les marques mythiques, mais qui se rapportent en fait surtout à des produits « qui passent » opposés à des produits mythiques, indémodables, comme le Lévis 501.

Le clivage entre les 18-24 ans et les 25-30 ans

L'importance du clivage entre les 18-24 ans et les 25-30 ans traduit un effet d'âge à l'intérieur même de la classe d'âge des 18-29 ans. Les premiers se cherchent et attachent plus d'importance aux marques. C'est surtout parmi eux que l'image transmise par les vêtements et la manière de s'habiller constituent un vecteur de construction identitaire. La marque intervient particulièrement dans cette tranche d'âge comme un symbole d'identification. Elle est aussi synonyme d'indépendance vis-à-vis des parents, lorsqu'elle correspond au premier achat effectué « par soi-même », parfois avec son propre argent. Les 25-30 ans, en revanche, ont davantage trouvé leur style et donnent la priorité aux vêtements, indépendamment de la marque. Ils se sont déjà construits une image de soi et entendent à présent l'exprimer en déclinant un style qui leur est propre. A ce stade, la marque passe au second plan des critères d'achats de vêtements : « c'est le style qui

donne ça et pas la marque » (Homme, 25-30 ans). Dans cette même tranche d'âge, les jeunes se montrent plus « responsables » à l'égard de leurs dépenses. Ceci peut s'expliquer par le fait qu'ils sont plus nombreux à gagner à présent leur vie et n'achètent plus leurs vêtements avec l'argent donné par leurs parents.

Le groupe des pairs revêt une grande importance chez les 18-24 ans : il s'agit de se différencier, mais sans se démarquer de ses pairs si l'on veut être intégré, être reconnu comme « l'un des leurs ». De plus, une influence mutuelle est apparente : « à force de se côtoyer, on s'uniformise » (Homme, 18-24 ans). Les plus âgés sont conscients de leur évolution dans ce domaine : « On ne pardonne pas les faux pas au collège, donc il faut entrer dans le moule. A notre âge, au contraire, on veut être différent ». (Homme, 25-30 ans)

Les différences de comportements selon le sexe

Les filles, et plus spécifiquement celles de 18-24 ans, insistent sur la recherche de validation de leur identité sexuelle aux yeux de l'entourage et à leurs propres yeux. C'est une manière pour elles d'évoluer, de devenir et de se sentir « femmes » : « *Je me trouve femme, donc je mets des talons. Je me trouve imaginative, donc je mets des accessoires. C'est ma personnalité* » (femme, 18-24 ans)

Les femmes sont plus enclines aux achats impulsifs : « *Moi je suis une acheteuse impulsive, je vais aller acheter quelque chose dont j'ai besoin et en fait je vais revenir avec tout sauf ça* » (Femme, 18-24 ans). Parallèlement, l'achat « consolateur » caractérise davantage les femmes de 25-30 ans.

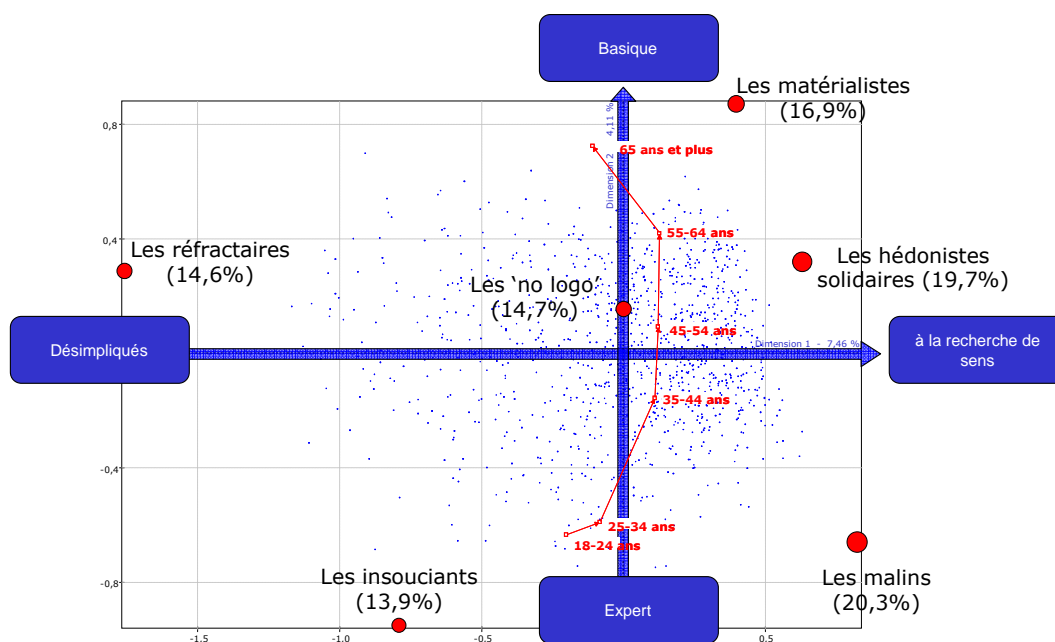
Celles-ci expliquent que s'acheter des vêtements peut leur remonter le moral, et les aider à certains moments à se « sentir mieux ».

Elles sont aussi plus promptes à changer de marques : « *Si je vois un truc qui m'intéresse, je vais l'acheter* » (Femme, 18-24 ans). Les hommes manifestent en revanche une plus grande fidélité à des marques, sans doute en partie parce qu'ils disposent de moins de choix.

Cette enquête fait apparaître des comportements contrastés par rapport au poste d'achat constitué par l'habillement. Les jeunes générations limitent leurs dépenses en la matière mais se montrent disponibles pour consacrer des sommes importantes à une marque de prédilection ou à un achat impulsif. La marque est perçue comme ce qui permet d'acquérir son propre style. Parallèlement, la marque idéale n'est pas décrite comme caractérisée par un style unique mais comme proposant un large choix de styles. Elle proposait, cependant, aussi des « séries limitées » afin de préserver la recherche de distinction inhérente au port réfléchi d'un vêtement mais aussi de raffermir la relation susceptible d'être développée avec la marque « *qui nous correspondrait le mieux* ».

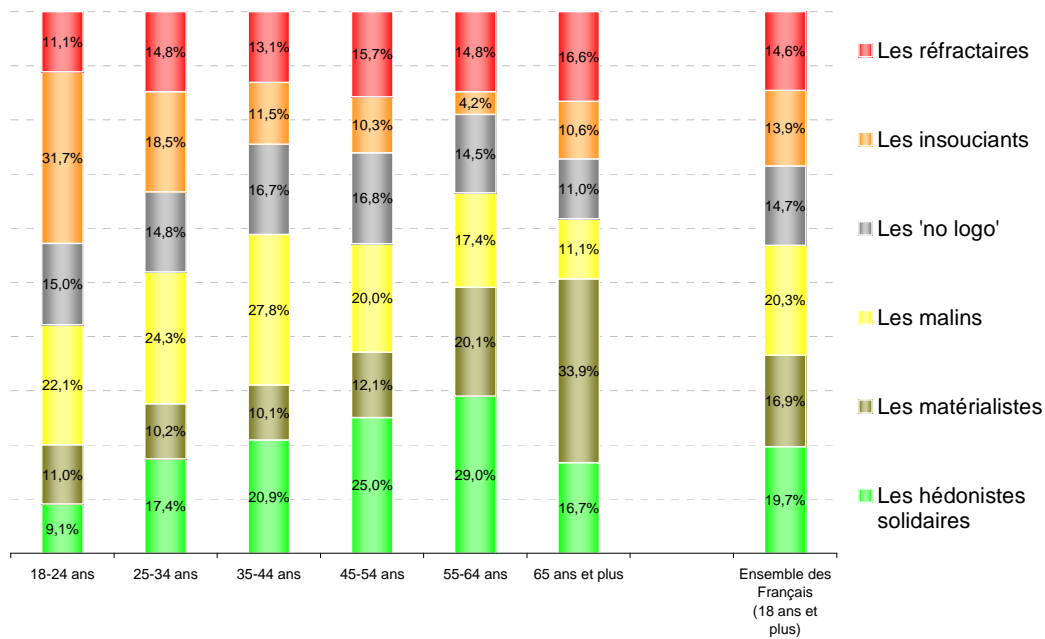
En segmentant les consommateurs selon leurs critères d'achats (Hébel et al 2010), les jeunes apparaissent nettement du côté de l'expertise associée aux achats malins (recherche de prix bas). Une partie des plus jeunes (32% des 18-24 ans, et 19% des 25-34 ans) se situent dans la catégorie des insouciants. Cette classe de consommateurs est positionnée du côté négatif de l'axe de la recherche de sens en se déclarant être peu ou pas du tout incité à l'achat d'un produit répondant à des critères de fabrication «éthiques». Pour eux, le développement durable est un prérequis et ne fait donc pas partie des critères qu'ils désignent en déclaratif comme important.

Figure 17: Premier plan factoriel de l'ACM



Source : CREDOC, Enquête Consommation 2009

Figure 18: Poids des classes selon l'âge



Source : CREDOC, Enquête Consommation 2009

1.5. Quels sont les circuits de distribution privilégiés ? Vers les spécialistes et Internet

Dans ce paragraphe sur les achats, nous pouvons distinguer les jeunes co-résidents et autonomes.

En France, depuis le début des années 60, le développement de la grande distribution s'est fait au détriment du commerce urbain en général et du commerce de proximité en particulier. Depuis une dizaine d'années avec le renouvellement du tissu commercial d'hypercentre consécutif à l'implantation des réseaux succursalistes, franchisés ou associés, en particulier dans l'équipement de la personne, un virage s'est amorcé. Il s'est poursuivi par la création de centres commerciaux en cœur de ville. Aujourd'hui, ce sont les groupes de distribution alimentaire qui passent à l'offensive avec le lancement de nouveaux concepts de petites et moyennes surfaces urbaines inscrites dans une logique de proximité, de « solutions » (dépannage, adaptation aux horaires de bureaux) pour une clientèle ciblée (Monop', U Express, Carrefour City ...).

Une étude de l'INSEE (Solard, 2009) illustre ce retournement de tendance, même si celui-ci est certes encore modeste : alors qu'entre 1993 et 1999, le nombre d'établissements du commerce de proximité reculait de près de 1,5% en moyenne par an, on enregistre entre 1999 et 2007 une augmentation de ce nombre de près de 1% par an.

Les résultats de nos propres travaux sur l'évolution de la géographie du commerce en France (Moati et al, 2005) vont dans le même sens : le commerce dans les villes, centres des pôles urbains, qui était structurellement destructeur d'emplois, crée des emplois depuis le milieu des années 1990 et gagne des établissements, à un rythme néanmoins insuffisant pour empêcher la poursuite de son recul dans l'emploi total du commerce de détail.

Dans le nouvel état d'esprit de la distribution, le gigantisme, la périphérie, la priorité absolue au prix bas ne sont plus de mise, alors qu'entrent dans les représentations collectives les thématiques de la différenciation, de la proximité et de l'adaptation fine de l'offre aux spécificités des différentes catégories de demandes.

Dans ce cadre, nous ne devons pas oublier le e-commerce, qui apparaît très dynamique (le nombre de sites marchands est, en effet, passé d'environ 10 000 au début 2005 à environ 104 000 à la fin mars 2012, les ventes sur internet devraient progresser de 20% en 2012, à 45 milliards d'euros), dont la part de marché demeure pour l'instant modeste (6% des ventes de produits achetés par les particuliers, hors alimentaire, en 2011), et qui reste concentré sur quelques produits phares (informatique, équipement média, biens culturels, voyages-tourisme, habillement et linge de maison). Il répond aux attentes des jeunes générations, notamment en termes de recherche d'information, d'éléments de comparaison sur les prix. Les jeunes sont soucieux de faire leurs achats sans contraintes. Ils se révèlent davantage partisans de l'ouverture des magasins le dimanche que la moyenne. Chez les 18-24 ans, 70% sont favorables à l'ouverture le dimanche, dont 34% de « très favorables », alors que dans la population globale, seulement 53% sont favorable à cette ouverture. Ils sont favorables, soit parce qu'ils le pratiquent déjà (notamment pour l'achat de vêtements et chaussures), soit parce qu'ils souhaiteraient massivement une ouverture généralisée, - et ce d'autant plus pour la fraction des jeunes vivant seuls ou chez leurs parents - certes pour consommer, mais également pour se balader, se distraire (Pouquet et Moati, 2008).

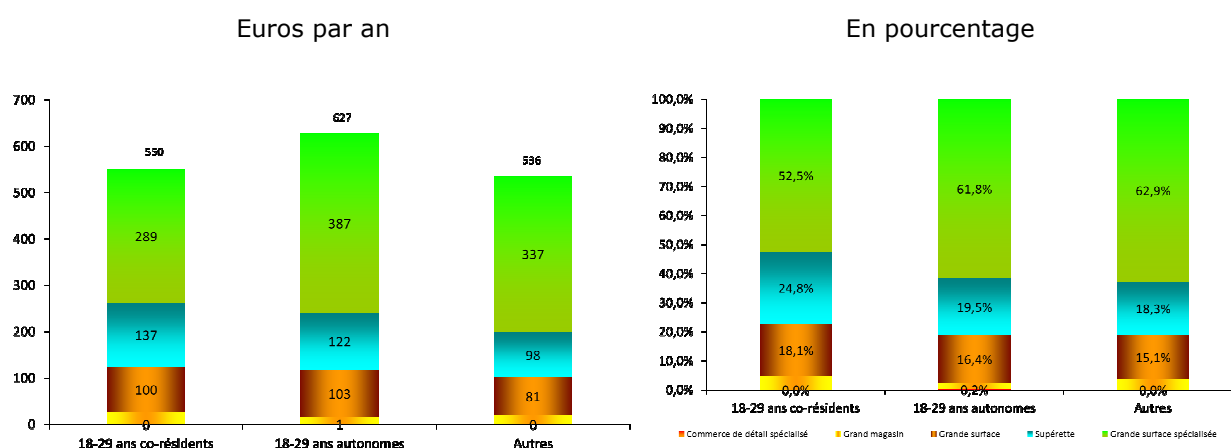
1.5.1. Prépondérance des circuits low cost

Avec le développement des achats malins, les jeunes générations utilisent plus fortement les circuits low cost que les autres générations. Dans le secteur alimentaire, selon le baromètre de l'alimentation réalisé par le CREDOC pour le ministère de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche, en 2010, les jeunes de 18-24 ans sont 51%, à déclarer s'approvisionner le plus souvent pour leurs achats alimentaires dans un hard discount (cité au moins une fois, parmi les trois premiers critères) et les 25-34 ans 54%, contre 47% pour la population générale.

1.5.2. Sur représentation des achats de meubles en grande surface

S'agissant des achats en biens durables, les différences en termes de circuits ne sont significatives que sur les achats de meubles. Les jeunes 18-29 ans se différencient surtout par des achats plus importants en circuits généralistes, tels que les grandes surfaces et les supérettes. Alors que dans les autres catégories de population, les grandes surfaces représentent 15% des achats de meubles, dans la catégorie des 18-29 ans vivant chez leurs parents, la grande surface représente 18% des achats de meubles. De même, les achats en supérette représentent 25% des achats des jeunes co-résidents contre seulement 18% pour les autres catégories de population. Les différences sont significatives.

Figure 19: Répartition des dépenses en meubles selon les circuits de distribution par individu



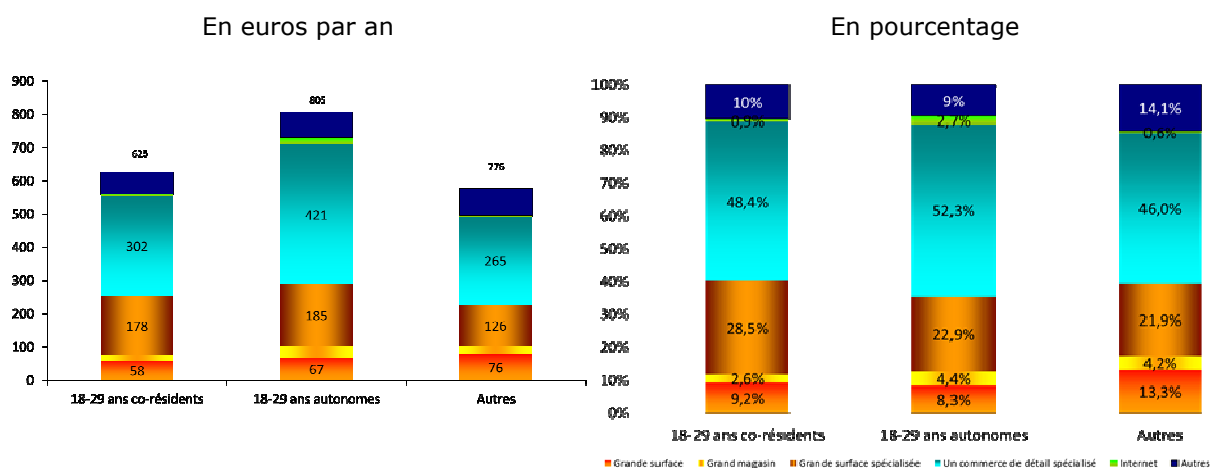
Source : Enquête INSEE, Budget des ménages 2006

1.5.3. Poids d'Internet sur les achats de vêtements nettement supérieur chez les jeunes autonomes

La grande majorité des jeunes se rend régulièrement dans les magasins et souvent dans les mêmes endroits. L'ambiance de la boutique et la certitude d'y trouver les marques recherchées constituent deux déterminants forts de cette régularité. Pour une partie importante des jeunes, il est aussi question de pratique collective. Lorsqu'ils s'y rendent seuls, une partie d'entre eux expliquent qu'ils ont alors une pratique d'achat plus forte que lorsqu'ils y vont avec des amis. L'analyse des réunions de groupes mettent en évidence des différences de comportements d'achats liés à l'âge. Les 18-24 ans se rendent le plus souvent dans les magasins avec leurs amis tandis que les 25-30 ans y vont davantage avec leur « petit ami ». On peut relever toutefois que les filles conseillent puis sollicitent davantage leur entourage que les garçons. Ce que l'on appelle le marketing « tribal » et « viral », par bouche-à-oreille, par influence mutuelle et contagion entre pairs repose

directement sur la socialité existant dans la consommation. Cette « contamination » s'exprime particulièrement dans l'achat en magasin, sachant que les jeunes vont plus souvent les fréquenter en groupe que les autres classes d'âge. Le recours à **l'achat sur Internet** reste limité à la recherche d'informations avant de se rendre dans un magasin, ou à la recherche de prix attractifs inexistant en magasin. Cependant, l'achat « en ligne » aura généralement été précédé d'un passage en magasin afin de pallier l'absence de relation directe avec le vêtement. Par ailleurs, le délai d'attente et le risque de déception vis-à-vis du produit reçu sont cités comme arguments de nature à expliquer la préférence pour l'achat en magasin. Enfin, le confort d'un achat effectué chez soi, devant son écran, est contrebalancé par le plaisir du « shopping » et le caractère convivial d'une sortie avec ses amis.

Figure 20: Dépenses en vêtements selon les circuits de distribution par individu



Source : Enquête INSEE, Budget des ménages 2006

En terme quantitatif, les plus jeunes se caractérisent avant tout par l'utilisation plus marquée du circuit Internet. Dans leurs achats de vêtements, par exemple, leurs dépenses sur Internet sont trois fois plus importantes que pour le reste de la population (13 euros par an pour les 18-29 ans contre 5 pour les 30 ans et plus). Ce sont les 18-29 ans autonomes qui utilisent le plus internet, leurs dépenses sont quatre fois plus importantes dans ce circuit que les 18-29 ans qui vivent chez leurs parents (21 euros par an contre 6 euros). Leurs achats sont aussi plus tournés vers les grandes surfaces spécialisées (dépenses supérieures de 47% pour les 18-29 ans par rapport au reste de la population), ou les commerces spécialisés (dépenses supérieures de 37%). Les grands magasins spécialisés sont surtout fréquentés par les jeunes parisiens. Les dépenses en vêtements dans les commerces de détail spécialisés sont surtout fortes pour les jeunes autonomes qui n'ont pas d'enfant. Plus ouverts sur le monde, ils font aussi plus souvent des achats à l'étranger (dépenses supérieures de 56%). Les 18-29 ans autonome, cible la plus

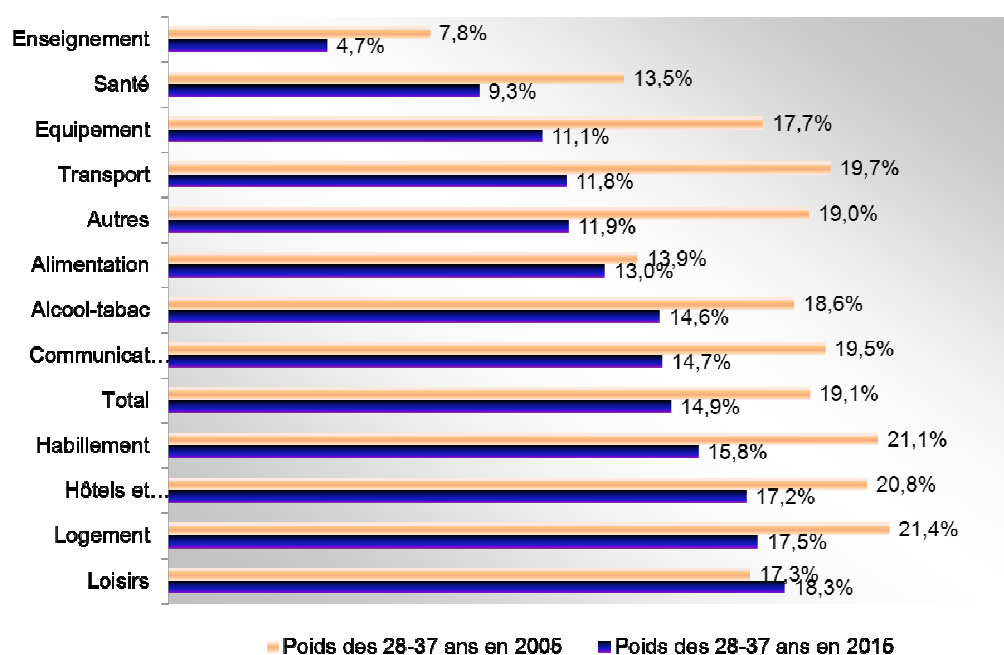
intéressante en terme de dépenses en habillement privilégient les grands magasins par rapport à la cible des 18-29 ans co-résidents. Leurs dépenses y sont deux fois plus importantes. Ce sont surtout ceux qui sont cadres ou en professions libérales qui utilisent ce circuit de distribution. Les acteurs des grands magasins ont ici une cible très intéressante qui continuera sans doute d'aller dans ce circuit en vieillissant.

1.6. Que deviendra la génération Internet en 2015 ? Développement de nouveaux modes de consommation basés sur l'usage

A partir du modèle générationnel⁹¹ mis en place par (Recours et al, 2008), nous pouvons projeter les dépenses de la génération Internet (née entre 1977 et 1986) d'ici 2015. Le poids des 28-37 ans en 2015 sur les marchés de consommation est en forte baisse en raison de la pyramide des âges et du poids élevé des 50 ans et plus. En utilisant les graphiques générationnels, on peut anticiper qu'en 2015, les 28-37 ans pèseront fortement sur les marchés des loisirs, du logement, des hôtels restaurants, de l'habillement. Sur ce dernier secteur, comme sur le secteur du meuble, la cible des 28-37 ans sera intéressante lorsqu'on considère les plus diplômés. Les jeunes générations continueront de subir des contraintes fortes en dépenses pré-engagées (logement, communication,...). En 2015, le seul secteur où les 28-37 ans pèseront plus qu'en 2005 est le secteur des loisirs.

⁹¹ Ce modèle de pseudo-panel, permet d'estimer les effets d'âge, de cohorte et de revenu. La projection est faite avec une hypothèse d'évolution des revenus de 2% par an.

Figure 21 : Poids des 28-37 ans en 2005 et 2015 sur les marchés de consommation



Source : Projection modèle générationnel sur BDF, INSEE

Chaque génération est animée par des motivations d'achats différentes, correspondant à des niveaux de réalisation de soi qui se déploient depuis la sphère de la satisfaction des besoins jusqu'à la sphère de celle des désirs. Le désir de consommation, qui s'est véritablement développé avec la société de consommation, s'est peu à peu étendu à l'ensemble des classes sociales et des différents secteurs de la consommation. Cette génération privilégie le loisir, la réalisation de soi et l'expérience dans la consommation. Comme elle continuera d'être en recherche permanente de désir et de plaisir dans la consommation, elle développera de nouvelles stratégies d'achat répondant au mieux consommer. Même si en déclaratif cette génération ne dit pas choisir les produits privilégiant l'écologie, de façon pragmatique, cette génération mettra en application des démarches préservant la planète. Les nouveaux modes de consommation qui relient le citoyen, le salarié et le consommateur permettent au consommateur d'être moins tiraillé et de se réconcilier avec le monde, l'économie. Quand la norme environnementale s'impose, la génération Internet s'adapte et trouve des façons de satisfaire ses valeurs au travers de ses actes. Elle réconcilie ainsi le bien-être et l'économie. L'amélioration du bien-être collectif à long terme est conditionnée par l'adoption de nouveaux systèmes de consommation, moteurs d'une future croissance durable (Heiskanen et Pantzar, 1997) et du « mieux consommer ». Le consommateur prend conscience que louer un objet permet de réaliser des économies et de préserver l'environnement sans nuire au service attendu. Cette mise en pratique du mieux consommer au travers de la consommation s'explique notamment par une recherche de modes d'expressions nouveaux de la part des nouvelles

génération, beaucoup moins impliquées dans les luttes collectives (syndicats, partis politiques, associations) que les générations précédentes (Bauman, 2008). Les nouvelles exigences expriment une demande de sens qui ne se satisfait plus seulement du « *consommer autrement* », mais qui semblent également évoluer vers une forme du « *consommer mieux* » bien plus important chez les jeunes générations. La communication publicitaire et le marketing n'ont pas manqué ce tournant : ils s'inspirent largement du contexte de crise et souhaitent paraître aider le consommateur à acheter utile, raisonnable et citoyen. La plupart des entreprises se sont saisies de cette problématique pour se donner un supplément d'âme et de légitimité. La crise économique a bien mis en avant cette consommation fonctionnelle (Hébel et al, 2009). La consommation durable reste un objectif relativement consensuel (Laville, 2011), même si de nombreux obstacles à la diminution des impacts écologiques peuvent être identifiés (Zaccà, 2009). « *Nous voulons des objets « à vivre » plus que des objets à exhiber, on achète moins ceci ou cela pour parader, afficher une position sociale qu'en vue de satisfactions émotionnelles et corporelles, sensorielles et esthétiques, relationnelles et sanitaires, ludiques et distrayantes* » (Lipovetsky 2006). Cette évolution en faveur de l'usage résulte de la prépondérance croissante du vécu dans l'acte de la consommation. Un changement de valeurs s'est effectivement réalisé depuis les valeurs matérialistes, centrées sur la sécurité matérielle, vers des valeurs post-matérialistes, tournées vers l'expression de la personne et la réalisation de soi exprimée au travers de la recherche de sens. Nous sommes donc à un tournant dans notre rapport à l'objet : celui-ci ne vaut que par son usage, et non plus pour lui-même – seule l'œuvre d'art existe pour elle-même, les objets doivent être fonctionnels avant tout. Il ne s'agit plus de vendre un bien, mais une fonctionnalité, un accès comme l'évoque Rifkin (2005). La prise de conscience qu'un usage peut être plus économique que la possession a pu se faire sur l'objet automobile au moment des hausses du prix du carburant dès le début des années 2000. Comme le fait remarquer le sociologue Bruno Marzloff, les automobiles sont immobiles 95 % du temps. Même si elle a accaparé l'imaginaire de la mobilité, l'automobile ne peut pas prétendre incarner la mobilité : en effet, plus les automobiles sont nombreuses sur un territoire, moins il est aisé de s'y déplacer. Avec les nouvelles générations, les nouveaux modes de consommation liés à l'usage plutôt qu'à la propriété se développeront. Ils se développeront dans les secteurs comme l'automobile, l'habillement, les meubles et tous les biens durables. Comme le montre l'enquête Aspirations et Conditions de vie, le taux d'équipement en automobile diminue chez les 18-25 ans (Bigot et Hoibian, 2011). Les nouvelles générations sont très peu nombreuses à rentrer dans l'automobile par l'achat neuf, le premier équipement est beaucoup plus souvent d'occasion. Chez les jeunes ménages de moins de 24 ans, seules 20% des dépenses d'achat automobile se font sous forme de neuf alors que chez les 65-74 ans, ce sont 75% des dépenses d'achat

automobiles qui se font sous forme de neuf. Ces générations sont nées avec le phénomène Vélib et sont les premières à avoir compris que l'usage est plus important que la propriété.

L'individualisme, prêté aux nouvelles générations repose sur l'importance qu'elles attachent au choix et à la liberté de leurs décisions (Galland, 2005). Cependant, le consommateur est de moins en moins perçu comme un être purement rationnel, portant sur la consommation un jugement équilibré fondé sur une vision panoramique de sa situation. Il est aussi un être qui éprouve des émotions et fait montre d'affect. C'est dans cette perspective que nous pouvons comprendre le primat du lien sur celui du bien (Cova, 1995). Cova faisait l'hypothèse d'une montée des produits et services « qui relient et rapprochent », y-compris en les détournant de leur finalité initiale pour se les réapproprier. On retrouve ici affirmée la dimension symbolique et ostentatoire des objets. Les objets portent, au-delà de leur réalité matérielle, une valeur de signe.

CONCLUSION

Le contexte économique et les évolutions des modes de vie influent les âges du cycle de vie de chaque génération. Les générations Internet et Nomade, quittent leurs parents plus tôt que la génération Low Cost, mais rentreront plus tardivement en âge de maternité. Elles quittent leurs parents pour s'installer majoritairement seules et fuir l'inconfort des familles recomposées ou monoparentales en constante progression. Ces jeunes arbitrent en faveur des dépenses de réalisation de soi (communications, hôtels, restaurants, loisirs) et subissent de réelles contraintes sur le poste logement. Par conséquent, au même âge, leurs dépenses en alimentation sont très faibles (seulement 8% du budget total) et deviennent des dépenses d'ajustement. Néanmoins, leur désir de consommation, mesuré par le plaisir trouvé dans la consommation, est plus important que dans les générations précédentes. L'acte de consommer constitue pour eux à la fois un moyen de marquer son appartenance à une communauté, de réaliser des « expériences » positives, émotionnelles. Ainsi leur rapport à la marque, caractérisé par les valeurs d'hédonisme et de plaisir, est marqué par une forte identification (notamment pour les plus jeunes, soit la tranche 18-24 ans) induite par leur volonté de construire leur image.

Dans le même temps, contraints par un pouvoir d'achat moins élevé que l'ensemble de la population, ils se positionnent comme les premiers partisans de l'utilisation des bonnes pratiques permettant d'acheter des produits de qualité à un prix raisonnable – et même souvent bas – et ce grâce à leur maîtrise des différents outils et canaux à leur disposition (internet, marché de l'occasion, recherche de premiers prix, hard discount). Dans cette logique de l'achat « malin », ils utilisent davantage le hard discount pour les biens alimentaires, ainsi que le e-commerce (pour l'habillement) pour la fraction des jeunes autonomes, plus soumis à la contrainte budgétaire que ceux qui vivent chez leurs parents. Comme le reste de la population, les jeunes sont également fortement utilisateurs du canal des grands magasins spécialisé pour l'habillement (poste où ceux qui sont autonomes consacrent 30% de leur budget habillement).

Le rapport des jeunes à la consommation apparaît comme la résultante des contraintes qui s'imposent à eux. En phase de construction de leur personnalité, portés par des valeurs d'hédonisme, ils doivent combiner l'absence d'autonomie et le manque de moyens financiers avec la volonté et l'aisance à se mouvoir dans la société de consommation, qui doit être avant tout une source de plaisir plus que de contraintes, et qui leur permet d'assouvir leur quête d'identité et d'appartenance à une communauté. En quête de sens, ces jeunes générations développeront de nouvelles formes de consommation en préférant l'usage à la possession. L'autopartage, le co-voiturage, le développement des secondes vies des objets, la location, les achats groupés sont autant de nouvelles formes de

consommation qui se développeront à l'aide d'internet dans une conjoncture économique qui s'assombrit.

BIBLIOGRAPHIE

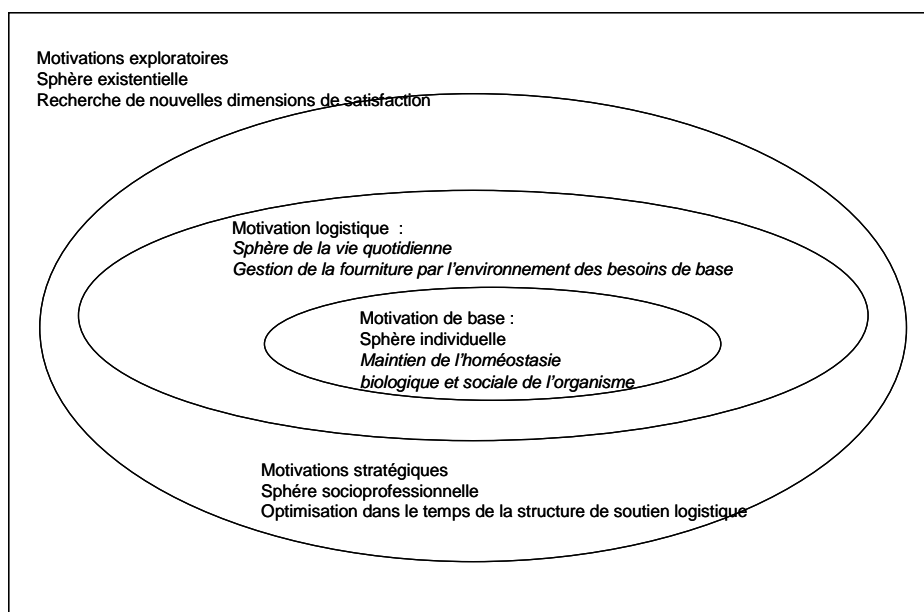
- ANDRIEU P.G et LABADIE F. 2001. *La jeunesse dans la succession des générations*. Mouvements n°14, mars-avril 2001.
- ATTIAS-DONFUT C. 1988. *Sociologie des générations: l'empreinte du temps*. – Presses universitaires de France.
- BAUDELLOT C., 2000, entretien avec Martine Fournier, *Sciences Humaines* N° 108, Août-Septembre.
- BAUMAN Zygmunt, 2008, *L'éthique a-t-elle une chance dans un monde de consommateur*, Climats, Flammarion
- BEAUDOUIN V. 2011. Prosumer. *Communications* - 2011/1 - n° 88
- BIGOT R. et HOIBIAN S. 2001. Environnement : des bonnes intentions aux bonnes pratiques. *Consommation & Modes de Vie* - N° 242 / 2011
- BONNET C. 2010. Niveaux de vie : un rattrapage des jeunes générations ? Regards croisés sur l'économie. Editions de la découverte. Paris.
- BOURDIEU P., 1984, « La « jeunesse » n'est qu'un mot » (1978), in *Questions de sociologie*, éd. de Minuit, Paris.
- BOZONNET J.P., 2005. L'écologisme en Europe : les jeunes désertent. In *Les jeunes européens et leurs valeurs* sous la direction de Galland O. et Roudet B. INJEP La découverte, p147-176.
- CHAMBAZ C. 2001.- "Les jeunes adultes en Europe : indépendance résidentielle, activité et ressources". *Recherches et prévisions*, n°65. pp 53-71.
- CHARDON O. et VIVAS E., 2009, *Les familles recomposées : entre familles traditionnelles et familles monoparentales*. Document de travail, INSEE.
- CHAUVEL. L., 1998, *Le destin des générations. Structure sociale et cohortes en France au XXe siècle*, PUF.
- COURGEAU D. 2000. *Le départ de chez les parents : une analyse démographique, sur le long terme*. ECONOMIE ET STATISTIQUE N° 337-338, 2000 - 7/8 JEUNES
- COVA B., 1995, *Au-delà du marché : quand le lien importe plus que le bien*, L'Harmattan, Paris.
- GERADON DE VERA O., 1998, *Quand les gondoles changent de tête*, éditions Liaisons.
- HEBEL P. 2009. Le poids des contraintes socio-économiques. Actes du Colloque IFN, l'Alimentation des Seniors. 1er décembre 2009.
- HEBEL P., FAUCONNIER et DAVID. 2005. *La nouvelle sensibilité des consommateurs aux prix*. Cahier de Recherche du CREDOC. N° 215.
- HEBEL P., SIOUANDAN N., MATHE T., PILORIN T. 2010. *Peut-on parler d'un déclin de la confiance dans la grande marque ?* Cahier de recherche du CREDOC. N°275.
- HEBEL P., SIOUNANDAN N., LEHUEDE F. 2009. *Le consommateur va-t-il changer durablement de comportement avec la crise ?* Cahier de recherche du CREDOC. N°268.
- HEISKANEN, E., & PANTZAR, M. (1997). Toward sustainable consumption: two new perspectives. *Journal of Consumer Policy*, 20, 4, 409–442.
- HOURRIEZ J.M. et ROUX V. 2001. Vue d'ensemble des inégalités économiques. Document de travail DSDS, n°F0103.
- HUGON S. 2011. Communauté. *Communications* - 2011/1 - n° 88
- KAUFMANN J.C., *Premier matin : comment naît une histoire d'amour*, Armand Colin, 2002.
- LAFERERE. A., 2005. Quitter le nid : entre forces centripètes et centrifuges. *Economie et statistiques*, n°381-382, 2005.
- LAHLOU S., COLLIERIE A., BEAUDOUIN V., 1993, « Où en est la consommation aujourd'hui ? Une enquête sur le consommateur français des années 90 ». Cahier de Recherche du CREDOC. N° 46.
- LAVILLE E. 2011 Pour une consommation durable. Rapport de la mission pour le Centre D'analyse Stratégique.
- LEGRIS B et LOLLIVIER S. 1996. Le niveau de vie par génération. INSEE première. N°423.

- LIPOVETSKY G., *Le bonheur paradoxal*, Folio essais, 2006.
- LOLLIVIER S. 1999. Inégalités de niveau de vie et générations. Données sociales. INSEE.
- MAFESSOLI M. 1988. *Le temps des tribus : le déclin de l'individualisme dans les sociétés de masse*. Librairie des Méridiens.
- MAFESSOLI M. 1990. *Au creux des apparences : pour une éthique de l'esthétique*. Edition Plon.
- MAFESSOLI M. 2004. *Le rythme de la vie : variations sur les sensibilités post-modernes*. Editions Lavoisier.
- MAUPEOU-LEPLATRE N., 1961, « Pour une sociologie des jeunes dans la société industrielle ». In: *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*. 16e année, n° 1, 1961. pp. 87-98.
- MOATI P., LIBOUTON J et POUQUET L. 2004. *L'évolution de la géographie du commerce en France : une approche par les statistiques d'emploi*. Cahier de Recherche CREDOC- N° C207.
- POUQUET et MOATI (2008), *L'ouverture des commerces le dimanche, opinions des français, simulation des effets*. Cahier de Recherche CREDOC- Cahier de Recherche CREDOC- N°246
- PREEL B ., 2000, *Le choc des générations*, La Découverte ; « Générations : la drôle de guerre », *Informations sociales*, n° 134, pp. 6-15.
- RECOURS F., HEBEL P., BERGER R., 2008, *Effets de générations, d'âge et de revenus sur les arbitrages de consommation*, Cahier de Recherche, n° 258, CREDOC, décembre 2008.
- RIFKIN J. 2007. *L'âge de l'accès. La nouvelle culture du capitalisme*. Ed. La Découverte.
- SOLARD G., 2009. *À la campagne, comme à la ville, des commerces traditionnels proches de la population*, Insee Première N°1245 - juin 2009
- TOFFLER A., 2007. « *La richesse révolutionnaire* », Plon, 2007.
- ZACCAI E. [2009] *Contradictions de la consommation durable. Les obstacles à une diminution significative d'impacts écologiques sous l'impulsion des consommateurs*. In *Consommer autrement. La réforme écologique des modes de vie*. Sous la direction de Dobré . et Juan S. *Sociologie et environnement*. L'Harmattan.

ANNEXE – Typologie des motivations

Pour analyser les arbitrages des jeunes de 18-29 ans, nous utilisons la typologie des motivations définie par Lahlou (1993). Elle suppose que chaque individu cherche à contrôler les conditions de sa survie et de son développement ; les comportements de consommation évoluent au gré des motivations individuelles. Les premières motivations sont celles de l'instinct de survie individuel (alimentation, sommeil, ...) et collectif (reproduction). Le deuxième cercle de motivation est celui de la logistique permettant de satisfaire les besoins de base. Pour cela, les revenus monétaires, l'approvisionnement, le savoir-faire (culinaire, réparation, ...) sont indispensables. Le troisième niveau des motivations est celui des stratégies qui consistent à planifier et à organiser les modes de vie de l'individu pour réaliser ses objectifs (les stratégies de carrière, la constitution d'amis, les rencontres matrimoniales ...). Le quatrième niveau correspond aux motivations exploratoires de demande de satisfaction et d'expression de soi. Il s'agit de ce que nous appelons le besoin de réalisation.

Graphique 18 : La typologie des motivations de Lahlou

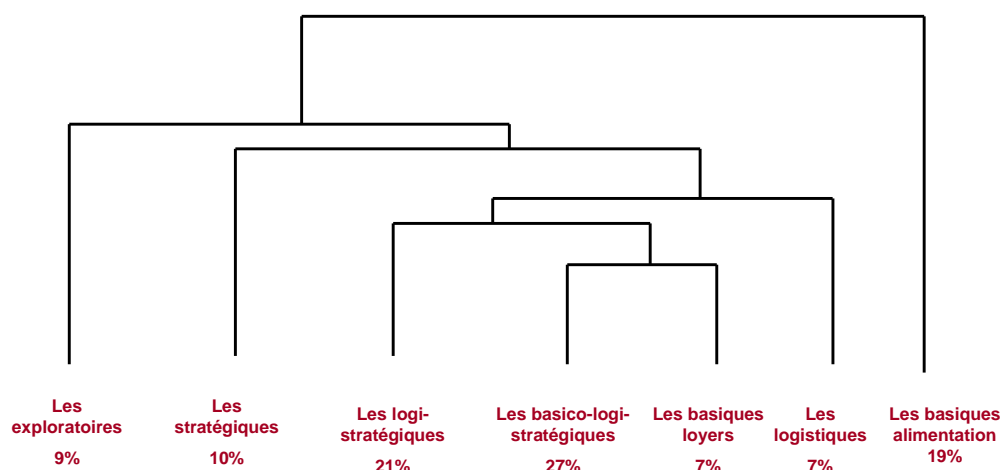


Source : Lahlou et al (1993)

Chaque type ou niveau de motivation répond à une logique propre. Il s'agit d'un modèle analytique qui ne pose pas un ordre hiérarchique strict ni une progression logique ou une structure d'emboîtement progressif entre les types retenus. « *La typologie (ou topique) des motivations du CREDOC est, au total, plus fine et plus précise que la pyramide de Maslow et elle rend mieux compte des diverses dimensions psychologiques à l'œuvre dans les comportements de consommation* » (Langlois, 2005).

A partir des différentes fonctions de consommation, nous avons réalisé dans la dernière enquête Budget des ménages (2006), une analyse des données sur les coefficients budgétaires de 36 postes réparties selon la topique des motivations. Dans un premier temps nous réalisons une analyse des correspondances multiples puis une classification ascendante hiérarchique. Neuf groupes se séparent selon la topique des motivations. La première séparation se fait sur ceux qui privilégient le poste alimentaire, la seconde sur ceux qui privilégient le quatrième niveau de la topique des motivations.

Figure 22: Construction de la typologie basée sur les coefficients budgétaires des différentes fonctions de consommation

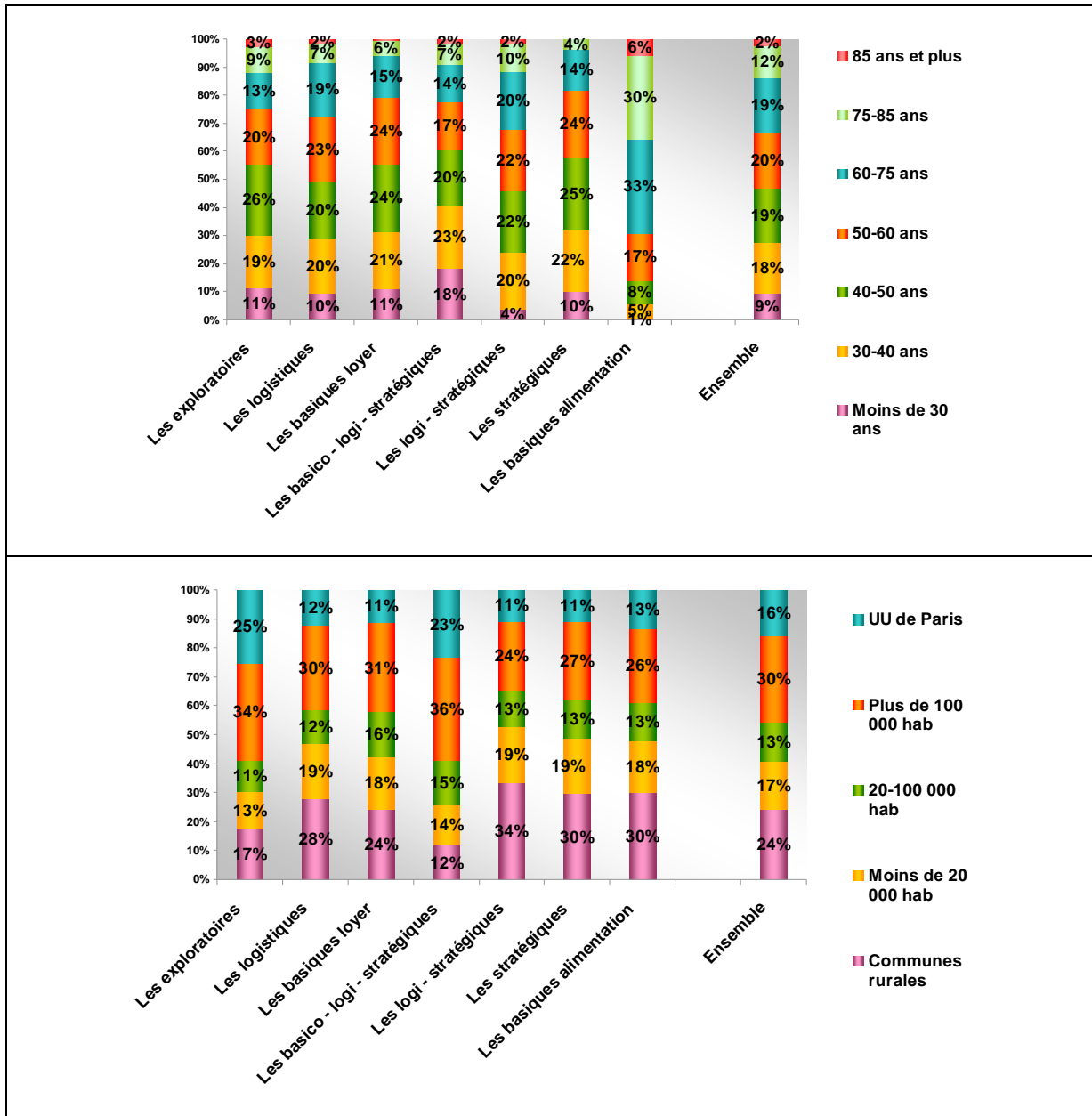


Source : Enquête Budget des Ménages, INSEE

On peut ainsi classer les individus selon le niveau de motivation qu'ils privilégient. On peut supposer que plus le niveau de revenu est élevé, plus l'individu a atteint un niveau élargi, ou encore que les différentes générations ne pénètrent pas dans la topique des motivations par le même cercle. Ainsi ne faut-il pas exclure l'hypothèse d'une différence de valeurs chez les personnes âgées qui ont des conceptions différentes du besoin. « *Etre heureux, ce n'est ni l'argent ni la consommation, c'est être entouré de personnes qu'on aime* », apparaît comme un discours typique dans l'analyse qualitative (Lahlou, Collerie de Borely et Beaudoin, 1993). « *C'est pourquoi, ce qui est considéré par les plus jeunes comme un progrès, une innovation utile, qui répond de façon satisfaisante à leurs besoins, serait perçu par les plus âgés comme une atteinte à leur sphère privée* ».

La classification proposée est très liée à l'âge et aux modes de vie comme l'illustre la figure suivante.

Figure 23 : Répartition de la typologie selon les classes d'âge et les modes de vie

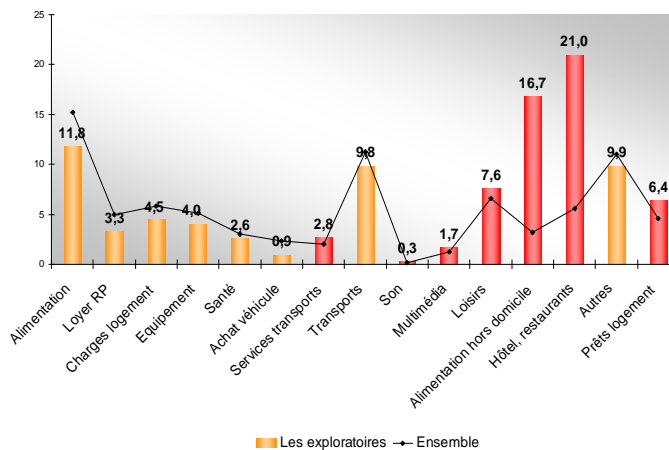


Source : Enquête Budget des Ménages, INSEE



La classe des « exploratoires » (8%)

Figure 24 : Coefficients budgétaires des postes significatifs de la classe des exploratoires (8%)



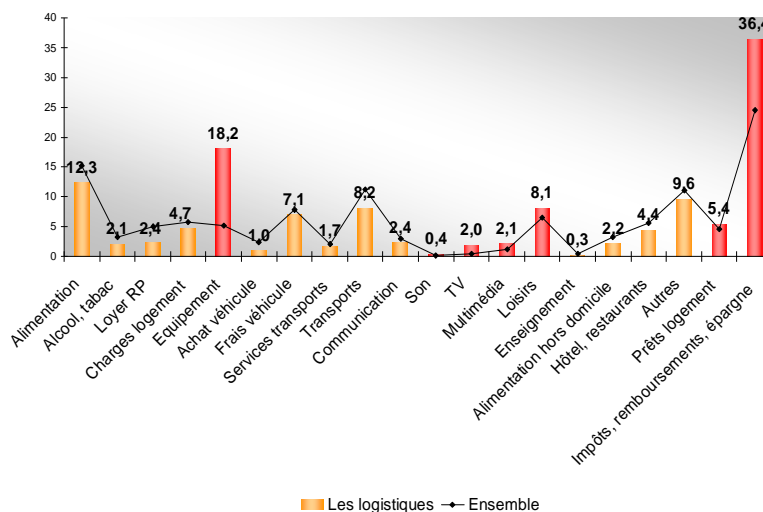
Source : Enquête Budget des Ménages, INSEE

Cette classe privilégie fortement les dépenses en hôtels restaurants, les dépenses de loisirs et est accédante à propriété. Ses arbitrages sont importants vis-à-vis des services de transports mais pas dans l'achat de véhicules. Les motivations de base sont très peu investies que ce soit l'équipement du foyer, l'alimentation ou encore la santé. On retrouve dans cette classe, des parisiens (25% des ménages de cette classe vivent dans l'UU de Paris contre 16% en population totale), des personnes aisées (35% contre 25% en population totale, des cadres (22% contre 15%) et des professions intermédiaires (20% contre 15%), et des ménages diplômés (31% détiennent au moins le baccalauréat, contre 19% en population générale).



La classe des « logistiques » (7%)

Figure 25 : Coefficients budgétaires des postes significatifs de la classe des logistiques (7%)



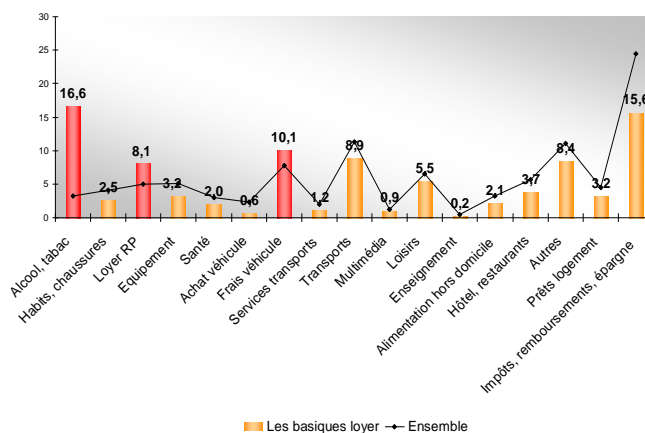
Source : Enquête Budget des Ménages, INSEE

Cette classe privilégie fortement les dépenses liées à l'investissement dans le domaine logement que ce soit les prêts-logement ou encore les dépenses en équipement du foyer (le coefficient budgétaire est de 18,2% pour ce poste contre 5,1% en population totale) et les dépenses en achat multimédia dont la télévision. Pour ce type de ménages, les dépenses sont essentiellement liées au bien-être dans le foyer. On retrouve dans cette classe, des habitants des communes rurales (28% des ménages de cette classe vivent dans des communes rurales contre 24% en population totale), des personnes des classes moyennes (30% dans les deuxième et troisième quartiles contre 25% en population totale).



La classe des « basiques loyer » (7%)

Figure 26 : Coefficients budgétaires des postes significatifs de la classe des basiques loyer (7%)



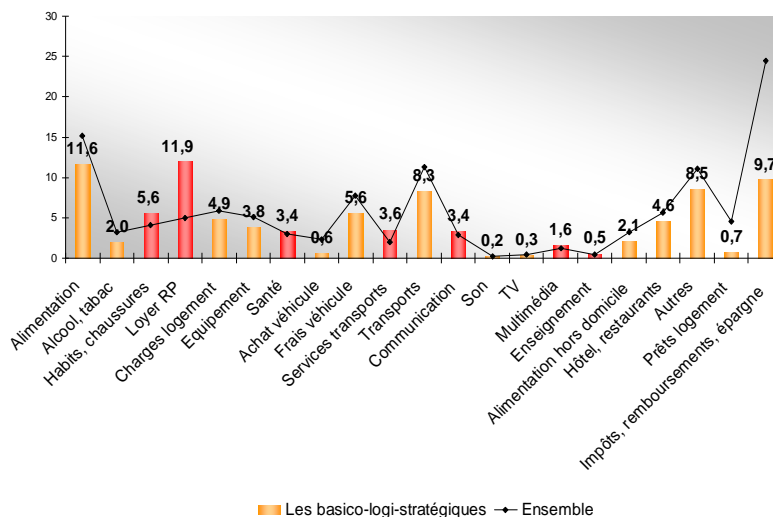
Source : Enquête Budget des Ménages, INSEE

Cette classe privilégie fortement les dépenses en alcool tabac, en utilisation de leur véhicule et en loyer. On retrouve dans « les basiques-loyer » cette classe, des classes modestes (35% des ménages de cette classe sont dans le premier quartile contre 25% dans la population totale), des ouvriers (32% contre 17% en population totale, des employés (21% contre 14%) et des ménages peu diplômés (48% ne détiennent pas le baccalauréat, contre 43% en population générale). Ce sont plutôt des ménages d'une seule personne (35% contre 30%).



La classe des « basico-logi-stratégique » (27%)

Figure 27 : Coefficients budgétaires des postes significatifs de la classe des « basico-logi-stratégiques » (27%)



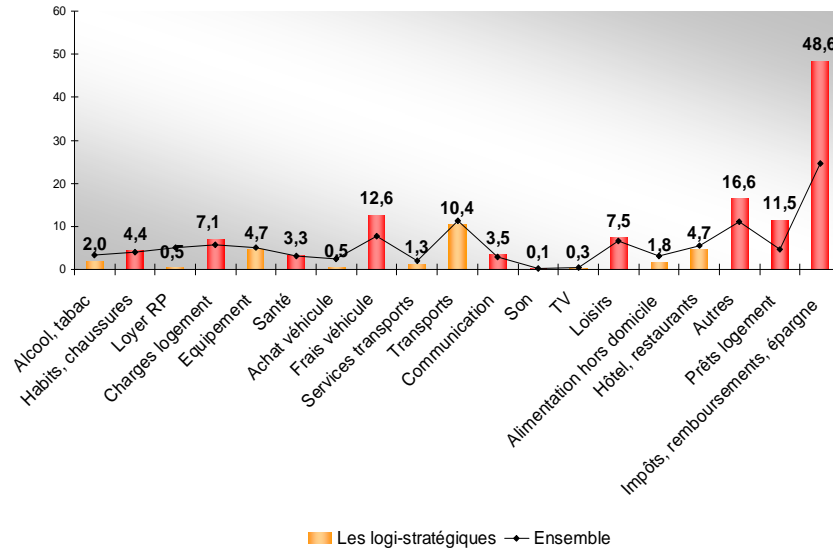
Source : Enquête Budget des Ménages, INSEE

Cette classe privilégie fortement les dépenses en habillement, en services de transport, en communication, multimédia et enseignement. Elle est fortement contrainte par les dépenses en loyers. Les motivations de base sont très peu investies que ce soit l'équipement du foyer, l'alimentation ou encore la santé. On retrouve dans cette classe, des ruraux (35% des ménages de cette classe vivent dans une commune rurale contre 24% en population totale), des personnes classes aisées (28% contre 25% en population totale dans le troisième quartile et 32% dans le quatrième quartile), des familles (22% de ménages de 4 personnes et plus contre 22%).



La classe des « logi - stratégiques » (21%)

Figure 28 : Coefficients budgétaires des postes significatifs de la classe des logi-stratégiques (21%)

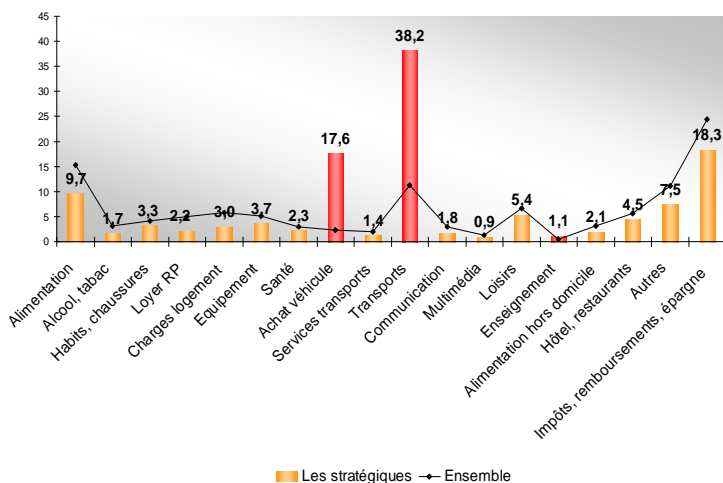


Cette classe est en accession à la propriété et est contrainte par ses remboursements de prêts. Ses charges de logements ainsi qu'en frais d'usages de son véhicule sont aussi très importantes. Fortement contrainte par ces postes de transport et de logement, cette classe arrive à privilégier le poste des loisirs, de textile habillement et le poste autres sur les assurances et les soins personnels. On retrouve dans cette classe, des ruraux (32% des ménages de cette classe vivent en commune rural contre 24% en population totale), des personnes aisées (32% contre 25% en population totale), des familles nombreuses (Plus de 4 personnes) (28% contre 22%).



La classe des « stratégiques » (10%)

Figure 29 : Coefficients budgétaires des postes significatifs de la classe des « stratégiques » (10%)



Source : Enquête Budget des Ménages, INSEE

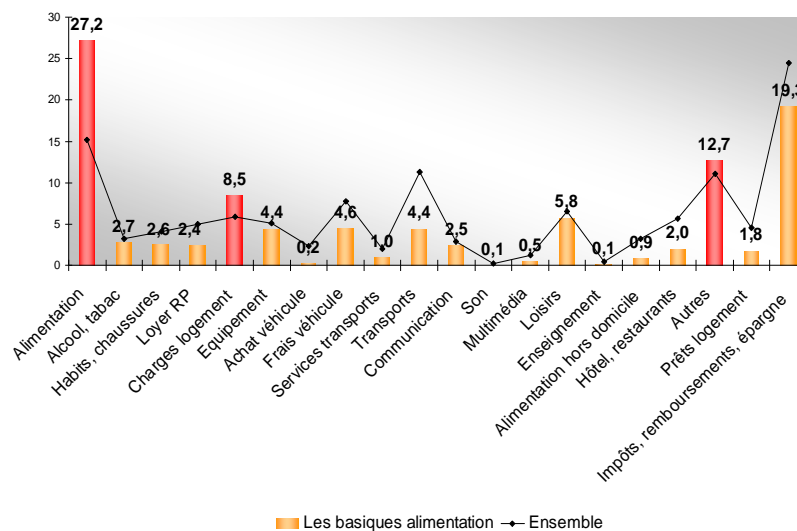
Cette classe privilégie fortement les achats de véhicules qui lui permettent d'assurer ses déplacements professionnels. Privilégiant un métier nécessitant l'usage d'un véhicule, cette catégorie est contrainte de consacrer moins de revenus aux autres postes de consommation.

On retrouve dans cette classe, des ruraux (30% des ménages de cette classe vivent en commune rurale contre 24% en population totale), des personnes aisées (42% contre 25% en population totale), des cadres (15% contre 10%) et des professions intermédiaires (22% contre 15%), et des ménages diplômés (24% détiennent au moins le baccalauréat, contre 19% en population générale).



La classe des « basiques-alimentaires » (19%)

Figure 30 : Coefficients budgétaires des postes significatifs de la classe des « basiques-alimentaires » (19%)



Source : Enquête Budget des Ménages, INSEE

Cette classe privilégie fortement les dépenses en alimentation et les dépenses en assurance. Elle subit de fortes charges de logement. Cette classe essentiellement constituée de personnes âgées, les deux tiers de cette classe ont plus de 60 ans.

Tableau 6 Synthèse des effets de génération, âge et revenu sur les arbitrages de consommation

Topique des motivations	Fonctions	Effet de génération	Effet d'âge	Effets croisés avec le revenu	Autres effets
Motivations De base	Alimentation (coef budgétaire)	Négatif - Les jeunes générations arbitrent en défaveur de l'alimentation	Augmentation avec l'âge	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	
	Santé (dépenses)	La génération Hypermarché est celle qui dépense le plus en santé, les trois dernières générations dépensent peu au même âge	Pas d'effet d'âge	Hausses des dépenses très fortes chez les plus aisés depuis 1995	Dépenses de santé plus élevées dans les zones urbaines
	Loyer pour les seuls locataires (dépenses)	Positif - Dépenses plus élevées dans les plus jeunes générations		Phénomène générationnel accentué dans les milieux modestes	Dépenses élevées en agglomération parisienne
Motivations logistiques	Charges du logement (coef budgétaire)	Négatif - Beaucoup plus élevés pour les anciennes générations	Plus on est âgé plus les charges sont élevées	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	
	Equipement du logement (coef budgétaire)	Les générations intermédiaires ont les coefficients budgétaires les plus faibles	Augmentation forte à l'âge de la dépendance	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	
	Habillement (dépenses)	Négatif - Beaucoup plus élevés pour les anciennes générations	L'effet de cycle de vie est fort - plus on vieillit, plus sa garde robe est pleine et moins on achète		Dépenses plus élevées en zone très urbaine
Motivations stratégiques	Communication (coef budgétaire)	Positif - les jeunes générations arbitrent en faveur des communications	Maximum du coefficient budgétaire chez les 23-32 ans	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	Coefficient élevé en agglomération parisiennes
	Transport (coef budgétaire)	Les générations intermédiaires ont les coefficients budgétaires les plus élevés	Diminution avec l'âge	Effet générationnel accentué chez les plus modestes	Plus on habite en zone urbanisée moins les dépenses de transport sont élevées
	Education (coef budgétaire)	Les générations intermédiaires ont les coefficients budgétaires les plus élevés	Poids important chez les étudiants		Augmentation avec la taille de l'unité urbaine
Motivations exploratoires	Loisirs (coef budgétaire)	Les générations intermédiaires ont les coefficients budgétaires les plus élevés	Diminution avec l'âge	Moins d'effet générationnel chez les plus modestes Augmentation forte chez les plus aisés	Diminution avec l'augmentation de la taille du ménage, plus faible en aggro parisienne
	Hôtellerie (coef budgétaire)	Positif - les jeunes générations arbitrent en faveur des hôtels	Diminution avec l'âge	Effet générationnel accentué chez les plus aisés	

Note de lecture : les motivations de base désignent les besoins primaires de la sphère individuelle (alimentation, santé), les motivations logistiques concernant la vie quotidienne permettant de s'approvisionner en besoins de base (habillement, ...), les motivations stratégiques concernant la sphère socio-professionnelle et l'optimisation dans le temps de la structure de soutien logistique (transport, formation, ...) et enfin les motivation exploratoire correspondantes à la sphère existentielle et la recherche de nouvelles dimensions de satisfaction (loisirs)

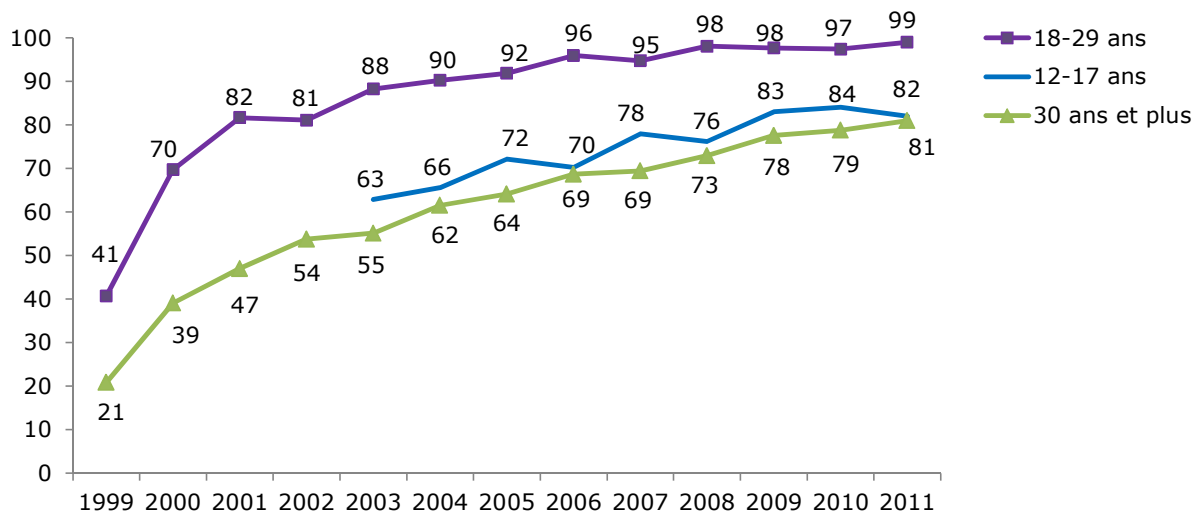
Source : Recours et al, 2008

2. LES JEUNES ET LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION (SANDRA HOIBIAN)

2.1. Les TIC au cœur du quotidien des moins de 30 ans

Les quinze dernières années ont été le témoin de l'extraordinaire diffusion des « TIC » - les technologies de l'information et de la communication - dans la société française. Deux chiffres pourraient à eux seuls résumer cette prodigieuse expansion : en 2011, 75% des Français disposent d'une connexion à Internet à domicile et 85% ont un téléphone mobile, ils n'étaient respectivement que 4% et 11% en 1998⁹². Or, s'il est un domaine dans lequel les jeunes font figure de précurseurs, c'est bien celui-ci. Depuis les débuts de cette révolution numérique, les jeunes se sont véritablement emparés de cet univers. En l'espace d'un an, entre 1999 et 2000, le taux d'équipement en téléphone portable des 18-29 ans bondissait de 41% à 70%. Quelques années plus tard, entre 2002 et 2003, leur taux d'accès à Internet passait de 27% à 41%. Même les 12-17 ans, qu'on aurait pu imaginer freinés par leur manque d'autonomie financière, restent, au fil du temps, toujours en avance sur les plus de 30 ans et se révèlent comme de puissants moteurs de la diffusion de ces technologies dans les foyers.

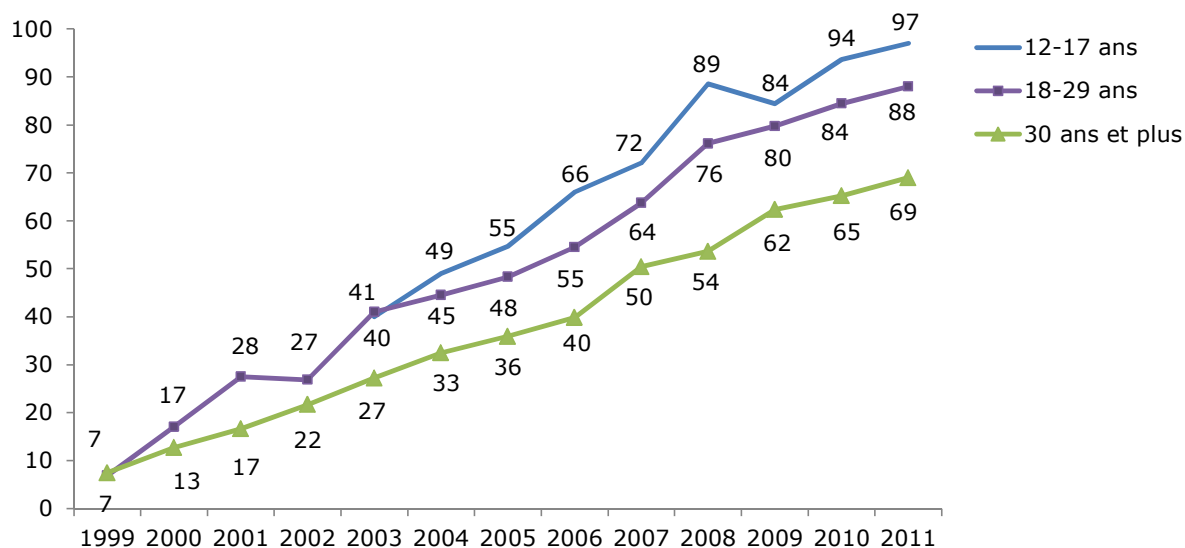
Graphique 19 : Equipement en téléphone mobile selon l'âge (en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », vague de juin de chaque année, données issues de travaux conduits pour le CGEJET et l'ARCEP

⁹² Cf. Régis Bigot, Patricia Croutte, La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française, Collection des rapports, n° 278, CREDOC, décembre 2010, http://www.arcep.fr/fileadmin/uploads/tx_gspublication/rapport-credoc-diffusion-tic-2011.pdf Nota : les données de 1998 portent sur les 18 ans et plus, celles de 2010 sur les 12 ans et plus.

Graphique 20 : Taux de pénétration d'Internet selon l'âge



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », vague de printemps de chaque année, données issues de travaux conduits pour le CGEJET et l'ARCEP

Différences d'équipement, mais aussi écarts en termes d'usages qui semblent ne jamais réellement se résorber, tant chaque nouveauté technologique contribue à recréer et à déplacer « le fossé numérique » générationnel. Cette barrière d'âge est d'autant plus notable que, dans le même temps, les inégalités d'accès au numérique liées aux revenus, au diplôme, ou à l'agglomération de résidence ont tendance à se résorber⁹³. Dès 2003, 92% des adolescents et 89% des 18-29 ans utilisaient leurs mobiles pour envoyer des SMS. Aujourd'hui 60% des équipés mobiles de plus de 30 ans ont eux aussi adopté l'habitude d'envoyer des petits messages depuis leur mobile. Mais ils n'envoient en moyenne que 24 messages par semaine, contre 116 pour les 18-29 ans et 249 pour les adolescents. Autre exemple : 79% des plus de 30 ans sont aujourd'hui équipés d'un mobile, rattrapant (presque) leurs benjamins. Mais seulement 10% des plus de 30 ans téléchargent des applications depuis leur téléphone portable contre 31% des 12 à 17 ans et 34% des 18 à 29 ans.

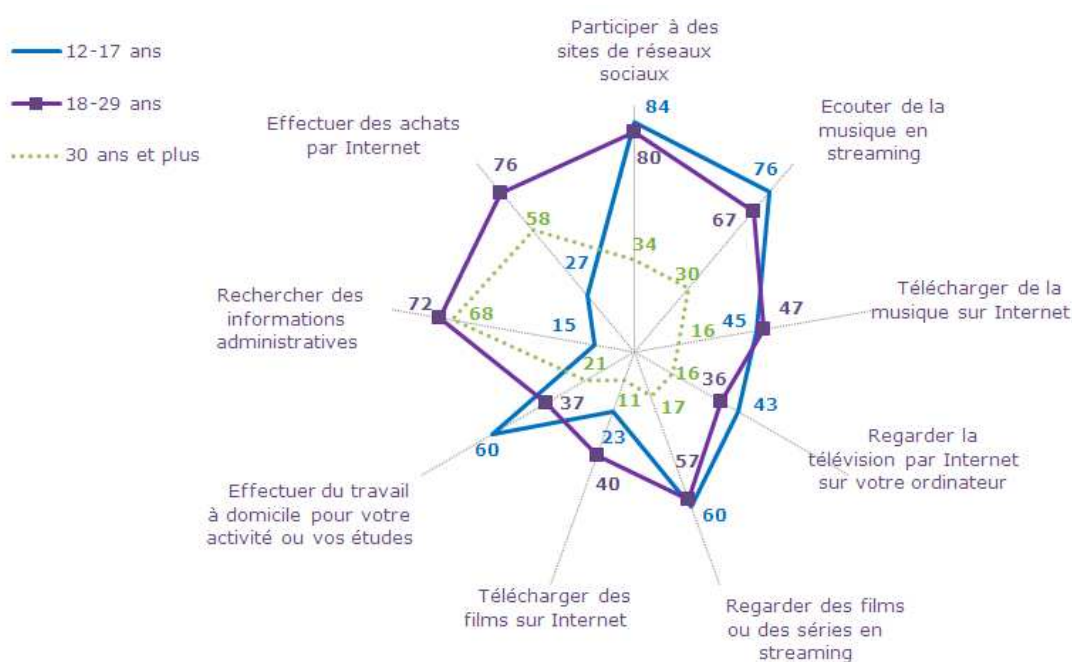
Les jeunes exploitent mieux les potentialités d'Internet que le reste de la population. L'écart entre moins et plus de 30 ans est particulièrement flagrant si l'on s'intéresse aux réseaux sociaux (Facebook, Myspace, Copains d'avant, etc.) qui attirent 80% des jeunes contre seulement 34% de leurs aînés. Cet engouement est d'autant plus notable que ces sites sont relativement récents⁹⁴. Il tient peut-être à la multiplicité des usages que les jeunes en font : certains pourront y voir un mode d'occupation de leur temps libre pour découvrir des vidéos ou des liens postés par leurs contacts ; pour d'autres, ces sites se

⁹³ Cf Régis Bigot et Patricia Crouette, La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française, op.cit.

⁹⁴ Facebook a été créé en 2004, Myspace en 2003, Copains d'avant en 2001, etc.

révéleront un espace pour exprimer leurs goûts, leurs centres d'intérêts, un moyen d'entretenir des liens avec autrui, un mode de communication utilisé par exemple pour organiser des sorties, des regroupements, voire pour certains un espace de débat ou d'engagement politique⁹⁵. Les adolescents se montrent par ailleurs très friands de loisirs sur le web : 76% écoutent de la musique en *streaming*, c'est à dire en flux continu sans les stocker sur leur disque dur, 60% regardent des films de cette façon, 43% regardent la télévision par internet. Les 18-29 ans, plus intégrés dans la vie active et plus autonomes, profitent de la toile à la fois pour leurs loisirs, mais aussi pour faciliter leur vie quotidienne : effectuer leurs achats (76%), ou rechercher des informations administratives (72%) par exemple. Enfin, rappelons qu'Internet s'est initialement développé comme outil d'échange et de communication au travers des courriels, de la messagerie instantanée, des chats, forums, etc. avec lesquels les jeunes sont aujourd'hui familiers dès l'adolescence⁹⁶.

Graphique 21 : Usages d'Internet des jeunes et adolescents en 2011 (en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2011, données issues de travaux conduits pour le CGEJET et l'ARCEP

Lecture : 76% des 12-17 ans écoutent de la musique en direct sur Internet, contre 67% des 18-29 ans

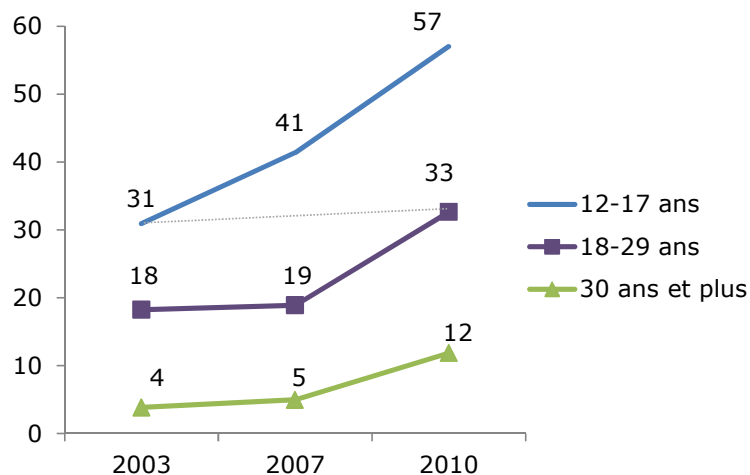
⁹⁵ Voir, dans ce chapitre la section 3.3 sur la démocratisation de la prise de parole. Voir aussi, sur ce sujet, le chapitre XX consacré aux valeurs des jeunes.

⁹⁶ Déjà en 2005, 62% des internautes de 15-19 ans et 47% des 20-29 ans utilisaient des messageries instantanées. Source : enquête « Technologies de l'information et de la communication », octobre 2005, Insee http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?req_id=0&ref_id=ip1076

Aujourd'hui 62% des internautes européens de 9-16 ans utiliseraient une messagerie instantanée, 61% envoient des e-mails, 62% visitent des réseaux sociaux, selon une enquête menée par la commission européenne, auprès d'enfants de 9-16 ans dans 25 pays européens, Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., and Ólafsson, K. (2011). *Risks and safety on the Internet: The perspective of European children. Full Findings*. LSE, London: EU Kids Online, [http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20\(2009-11\)/EUKidsOnlineIIReports/D4FullFindings.pdf](http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20(2009-11)/EUKidsOnlineIIReports/D4FullFindings.pdf)

Cette pénétration d'Internet dans la vie quotidienne des plus jeunes pose question : les pratiques adoptées à l'adolescence sur Internet seront-elles ensuite abandonnées par cette génération une fois arrivée à l'âge adulte, ou au contraire s'inscrivent-elles dans de nouvelles habitudes qui seront conservées tout au long de la vie ? Difficile de trancher avec certitude. Néanmoins, l'évolution de la proportion de joueurs en ligne, présentée dans le graphique ci-après, penche plutôt pour la deuxième hypothèse. En 2003, 31% des 12-17 ans jouaient à des jeux en réseau. 6 ans plus tard, alors qu'ils ont entre 18 et 23 ans ils sont toujours 33% à s'adonner à ce loisir.

Graphique 22 : Proportion de joueurs en réseau sur Internet (en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2010, données issues de travaux conduits pour le CGEJET et l'ARCEP

Compte tenu de leurs très nombreux usages de la toile, il n'est pas surprenant de constater que les 18-29 ans y consacrent plus de temps que les autres classes d'âge : 18 heures en moyenne par semaine, soit davantage que les adolescents (16h) et que les plus de 30 ans (9h). Surtout, jeunes et adolescents passent en moyenne aujourd'hui plus de temps sur le web (16h pour les 12-17 ans et 18 heures pour les 18-29 ans) que devant leur télévision (respectivement 14h et 16h), alors que, chez les plus âgés, la bascule penche clairement en faveur du petit écran (20h passées devant la télévision contre 9h pour Internet). Cette différence reflète en partie l'absence d'accès à Internet des individus les plus âgés. Mais même au sein des personnes disposant d'un accès Internet à domicile, les écarts restent patents (Tableau 7). Jeunes et adolescents - parfois appelés « *digital native* » car ils ont grandi dans un environnement numérique depuis leur plus jeune âge - font leurs premiers pas sur la toile de plus en plus tôt⁹⁷ et affichent une préférence marquée pour ce média.

⁹⁷ La moyenne d'âge d'entrée sur Internet est aujourd'hui de 9 ans en Europe selon Livingstone, S., Haddon, L., Görzig, A., and Ólafsson, K. (2011), *op.cit.*

Graphique 23 : Temps moyen passé devant la télévision et sur Internet par semaine en 2010

Champ : ensemble de la population, (non internautes inclus)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2010, données issues de travaux conduits pour le CGEJET et l'ARCEP

Tableau 7 : Temps moyen passé devant la télévision et sur Internet par semaine en 2010

Champ : personnes disposant d'un accès Internet à domicile

	Temps passé devant la télévision	Temps passé sur Internet
12-17 ans	14h	17h
18-29 ans	15h	20h
30 ans et plus	18h	14h

Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2010, données issues de travaux conduits pour le CGEJET et l'ARCEP

Peut-on décrire le profil des jeunes qui passent plus de deux heures par jour sur Internet ? Emploient-ils différemment leur temps sur le web ? La lecture du Tableau 8 montre que les jeunes internautes « assidus » exploitent davantage toutes les possibilités offertes. Toutefois, trois types d'usages semblent plus chronophages : la consommation de films ou de séries (que ce soit en *streaming*, ou en téléchargement), la participation à des réseaux sociaux et l'habitude de réaliser ses achats sur Internet. De fait, les jeunes spectateurs de films en ligne passent en moyenne 23 heures par semaine sur Internet, contre 16 heures pour les autres (Tableau 9). Une hypothèse confirmée par une régression logistique neutralisant les effets du sexe, du niveau de diplôme, du niveau de revenu et de la taille de l'agglomération dans laquelle on réside.

Tableau 8 : Activités sur Internet des 18-29 ans en 2010 (en%)

	18-29 ans, passe moins de 15 heures par semaine sur Internet	18-29 ans, passe 15 heures ou plus par semaine sur Internet	Différence
Regarder des films ou des séries en streaming	36	59	+23
Effectuer des achats	60	80	+20
Participer à des sites de réseaux sociaux	70	87	+17
Télécharger des films	27	45	+18
Ecouter de la musique en streaming	49	66	+17
Effectuer du travail à domicile pour votre activité ou vos études	33	48	+15
Jouer à des jeux en réseau sur Internet	28	41	+13
Regarder la télévision sur Internet	24	36	+12
Effectuer des démarches administratives ou fiscales	60	72	+12
Télécharger de la musique	41	52	+11

Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2010, données issues de travaux conduits pour le CGEIET et l'ARCEP

Lecture : 36% des 18-29 ans qui passent moins de 15 heures par semaine sur Internet regardent des films ou des séries en streaming

Tableau 9 : Temps moyen passé sur Internet par les 18-29 ans selon les pratiques adoptées

	Temps moyen passé sur Internet par les 18-29 ans qui s'adonnent à cette pratique	Temps moyen passé sur Internet par les 18-29 ans qui ne s'adonnent pas à cette pratique
Regarder des films ou des séries en streaming	23h	16h
Effectuer des achats	22h	14h
Participer à des sites de réseaux sociaux	21h	13h
Télécharger des films	24h	16h
Ecouter de la musique en streaming	22h	16h
Effectuer du travail à domicile pour votre activité ou vos études	22h	17h
Jouer à des jeux en réseau sur Internet	24h	17h
Regarder la télévision sur Internet	22h	18h
Effectuer des démarches administratives ou fiscales	21h	15h
Télécharger de la musique	23h	16h

Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2010, données issues de travaux conduits pour le CGEIET et l'ARCEP

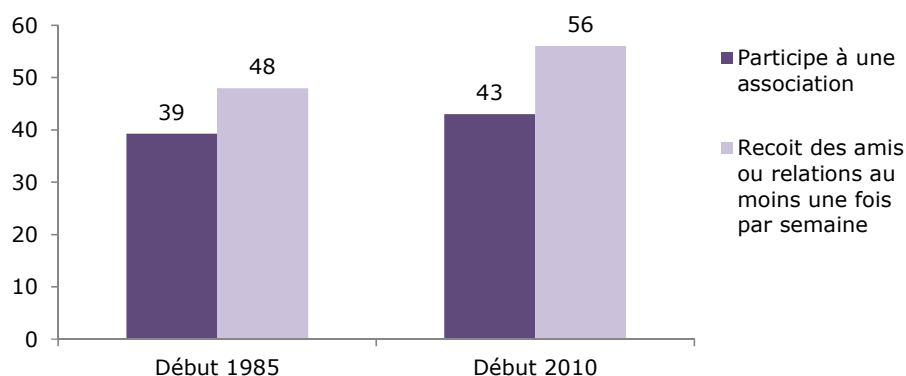
Les jeunes internautes « assidus » présentent peu ou prou les mêmes traits distinctifs que ceux habituellement repérés chez les publics technophiles plus âgés. On y trouve plus volontiers des hommes (56%), souvent diplômés du supérieur et résidant dans des agglomérations de 100 000 habitants et plus.

2.2. TIC mais pas geek

Le petit Robert définit le mot virtuel comme « *ce qui n'est qu'en puissance, qui est à l'état de simple possibilité* ». L'utilisation de ce terme pour désigner les usages et pratiques réalisées *via* Internet semble de moins en moins appropriée : difficile de dire aujourd'hui que ce qui est réalisé sur Internet ne serait qu'au mieux une ébauche, une préparation, voire une pâle copie de la réalité physique. L'opposition entre monde virtuel et monde réel est pourtant très ancrée dans l'imaginaire collectif. Les clichés abondent sur des jeunes absorbés par leur machine et déconnectés de la « réalité », que certains médias désignent par l'anglicisme en vogue « *geek* ». Et pourtant, loin d'être un facteur de rupture, nos analyses montrent que la toile est un outil, parmi d'autres, qui relie les jeunes générations avec la société.

L'enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français » du CREDOC permet d'approcher l'intégration sociale et le lien au collectif à travers deux questionnements : la fréquence de réception d'amis ou de relations et la participation associative. Premier constat : l'arrivée des TIC dans la vie des jeunes ne semble pas avoir pénalisé ces deux pratiques sociales, qui ont eu tendance à progresser chez les jeunes au cours des dernières décennies : 43% des 18-29 ans participent aujourd'hui à des associations, soit un taux un peu plus élevé que celui observé en 1985, 56% reçoivent des amis chez eux chaque semaine, contre 48% en 1985. Difficile dès lors d'imaginer que l'arrivée des TIC dans la société française aurait pu nuire à la vie sociale et relationnelle des jeunes.

Graphique 24 : Vie sociale des 18-29 ans (en %)



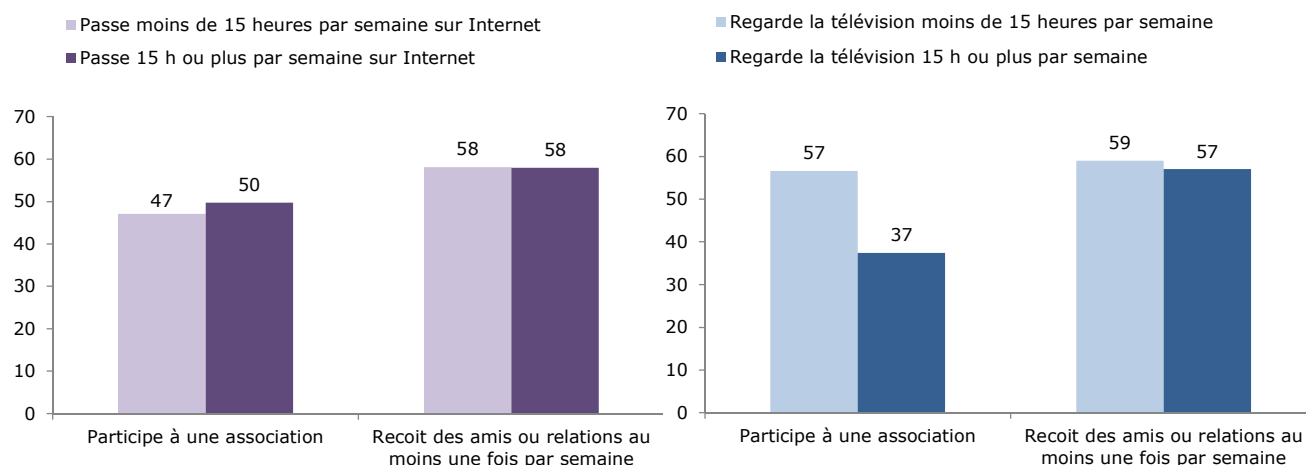
Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français »

Surtout, notre enquête montre que les jeunes qui passent plus de deux heures par jour sur Internet s'investissent autant dans les associations (50%) que les autres et ils sont autant intégrés dans un réseau relationnel amical (58%) que la moyenne (*cf.* Graphique 25). A titre de comparaison, la pratique télévisuelle semble moins propice à la socialisation : la participation associative est nettement plus importante chez les jeunes

qui passent peu de temps devant leur petit écran (57%) que chez les jeunes friands de télévision (37%). Ces résultats viennent d'ailleurs confirmer les travaux menés par Robert Putman, qui affirmait que « *chaque heure additionnelle de télévision signifie une réduction de 10% approximativement dans la majorité des formes d'activisme civique : moins de réunions publiques, moins de membres pour des comités locaux, moins de lettres envoyées au congrès, etc.* »⁹⁸.

Ces résultats sont par ailleurs confirmés par des régressions logistiques, neutralisant les effets du sexe, du diplôme, du niveau de revenu et de la taille de l'agglomération de résidence : la probabilité d'être membre d'une association augmente de 87% chez les jeunes qui regardent peu la télévision (moins de 15 heures par semaine), tandis que le temps passé sur Internet n'exerce pas d'influence.

Graphique 25 : Vie sociale des 18-29 ans selon le temps passé à regarder la télévision, et le temps passé sur Internet (en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2010

Lecture : 57% des 18-29 ans qui passent moins de 15 heures par semaine à regarder la télévision font partie d'une association, contre 37% de ceux qui passent 15h ou plus devant leur petit écran

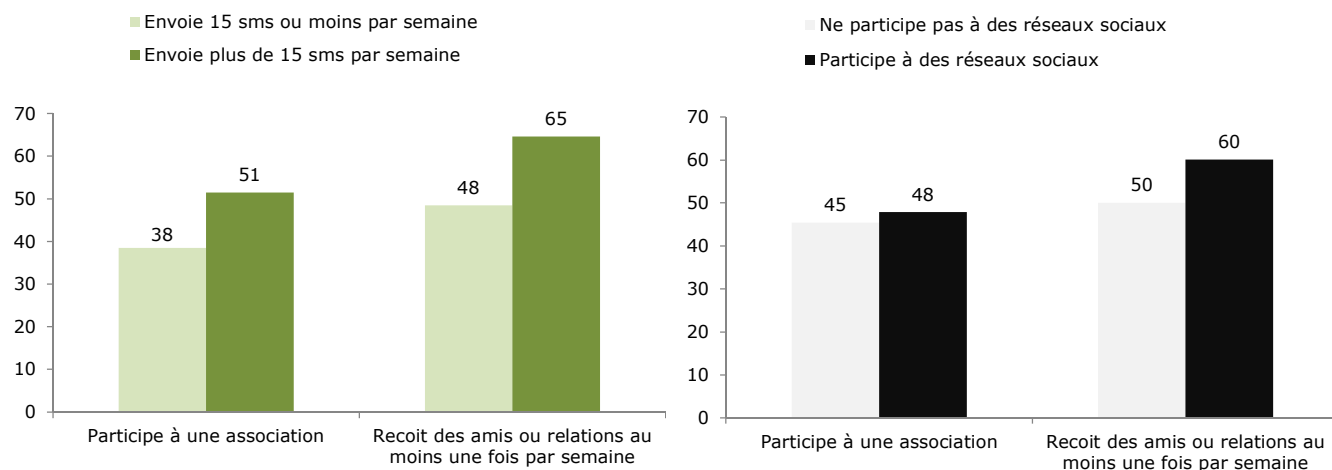
Un constat similaire avait déjà été établi pour le téléphone il y a dix ans : « plus on se téléphone, plus on se voit »⁹⁹. Internet et le téléphone mobile viennent en réalité alimenter et servir de supports, d'outils aux jeunes dans leur vie sociale : le Graphique 26 révèle que les jeunes qui envoient le plus de SMS ou les membres de réseaux sociaux sont aussi les plus investis dans une vie associative et amicale. Pour reprendre la formule de

⁹⁸ Robert Putnam, *Bowling Alone: The Colapse and a Revival of American Community*. New York, *Simon and Schuster*, 2000

⁹⁹ Christian Licoppe, Zbigniew Smoreda, «Liens sociaux et régulations domestiques dans l'usage du téléphone», *Réseaux*, n° 103, 2000

Johan Chaulet « les formes connectées et déconnectées de sociabilité se renforcent et se complètent bien plus qu'elles ne se concurrencent »¹⁰⁰.

Graphique 26 : Vie sociale des 18-29 ans selon le nombre moyen de SMS envoyés par semaine, et la participation à des réseaux sociaux sur Internet (en %)

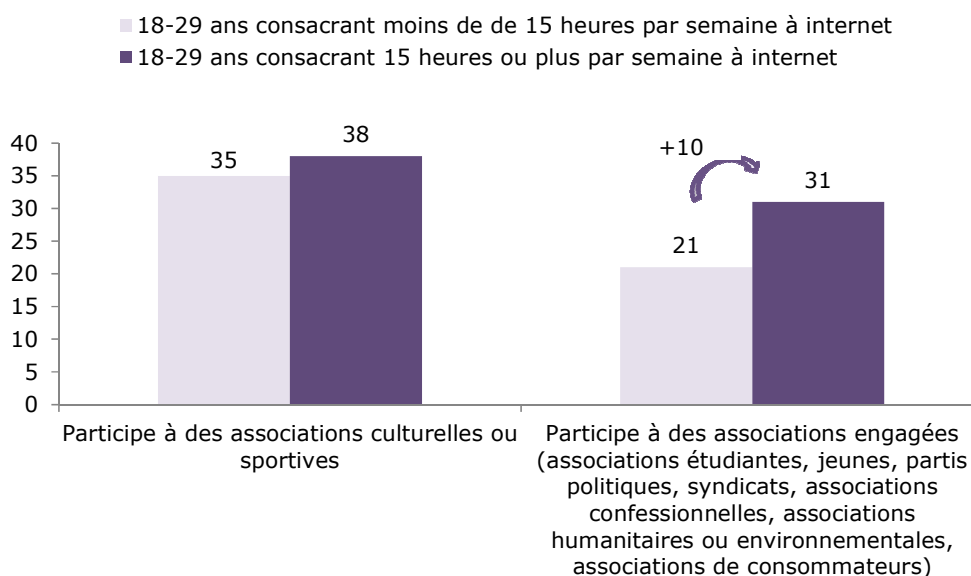


Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2010

On notera même avec intérêt que 31% des jeunes passant plus de deux heures par jour sur le web sont membres d'associations qui présentent un caractère engagé (associations étudiantes, mouvements de jeunesse, partis politiques, syndicats, associations professionnelles, associations humanitaires ou environnementales, ou associations de consommateurs). La proportion est plus faible chez ceux qui sont moins présents sur le réseau (21%). Par ailleurs, la participation à des associations sportives ou culturelles chez les jeunes semble indépendante du temps passé sur Internet.

¹⁰⁰ Johann Chaulet, « Les usages adolescents des TIC*, entre autonomie et dépendance », *Empan*, n° 76 « Réseau Internet et lien social », 2009

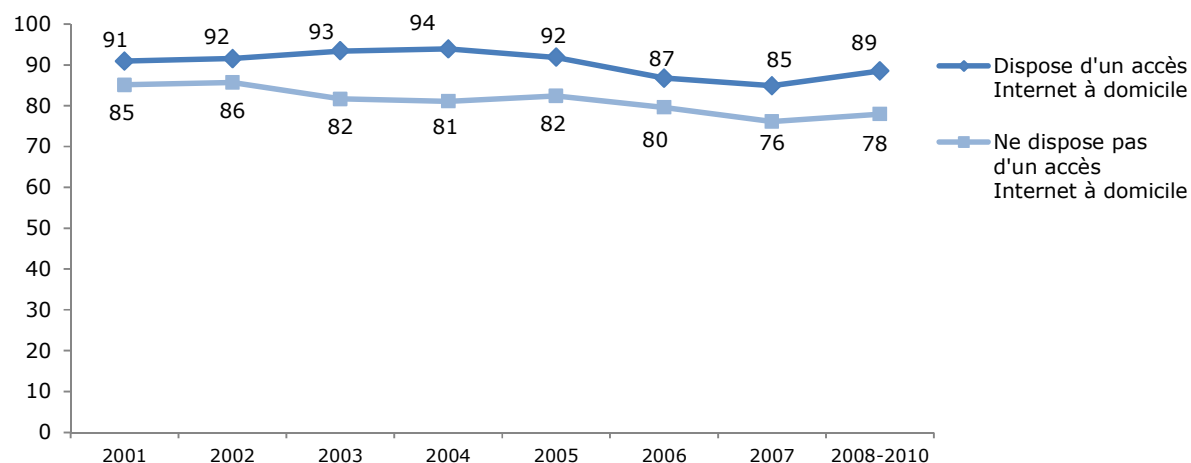
**Graphique 27 :Participation associative des 18-29 ans en 2010
selon le temps passé sur Internet (en %)**



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2010

Dans le domaine des loisirs, on constate également que **ni la pratique sportive, ni les sorties au cinéma ne semblent souffrir de l'arrivée des TIC dans la vie des jeunes**. Les données issues de l'enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français » confirment, année après année, que les jeunes fréquentent davantage les salles obscures et les équipements sportifs que leurs aînés. En 2010, 89% des 18-29 ans déclaraient se rendre régulièrement ou occasionnellement au cinéma contre 61% des plus de 30 ans. 70% pratiquent régulièrement des activités sportives contre 39% après 30 ans. Mais surtout, l'accès à Internet à domicile ne semble pas inciter les jeunes à délaisser ces loisirs. Bien au contraire, le Graphique 28 illustre le fort engouement des jeunes internautes pour le septième art et la pratique sportive, surpassant tout au long de la décennie celui des jeunes non-internautes. Dans le cas du sport, des régressions logistiques montrent surtout un effet du diplôme et du sexe : les jeunes internautes et les jeunes sportifs se recrutent plus particulièrement chez les hommes et les diplômés. Mais pour le septième art, nos calculs montrent un effet positif d'Internet sur la fréquentation des salles obscures par les jeunes : la probabilité d'aller régulièrement au cinéma est augmentée de 56% « toutes choses égales par ailleurs » chez les jeunes disposant d'un accès à Internet chez eux. Internet, loin de venir concurrencer le cinéma, semble au contraire, chez les jeunes, soutenir son succès.

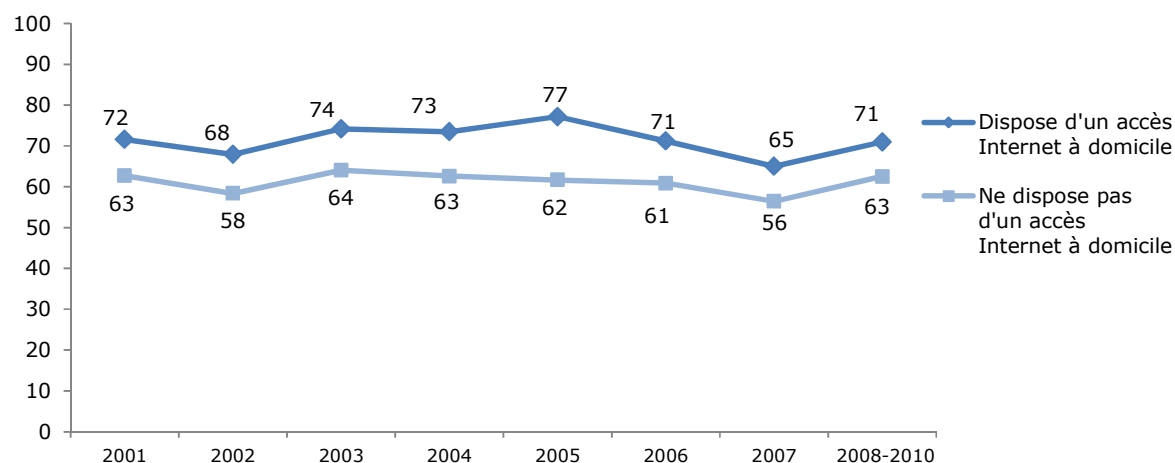
Graphique 28 : Proportion de 18-29 ans allant régulièrement ou occasionnellement au cinéma selon l'accès à Internet à domicile (en%)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français »

Nota : les années 2008 à 2010 ont été regroupées pour avoir des effectifs de répondants suffisants chez les jeunes non internautes

Graphique 29 : Proportion de 18-29 ans fréquentant régulièrement ou occasionnellement un équipement sportif selon l'accès à Internet à domicile (en%)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français »

Nota : les années 2008 à 2010 ont été regroupées pour avoir des effectifs de répondants suffisants chez les jeunes non internautes

Ces différentes analyses dans plusieurs dimensions des modes de vie donnent à penser qu'Internet ne constitue pas un frein à l'insertion des jeunes dans la société, mais se révèle au contraire, pour cette classe d'âge, un moyen de s'y insérer. C'est d'ailleurs l'opinion qu'en ont les principaux intéressés : en 2009, l'enquête menée par le CREDOC pour le CGEIET et l'ARCEP montre que 63% des 18-29 ans (et 75% des adolescents) considéraient important d'avoir accès à Internet pour se sentir intégré dans la société, contre 48% de leurs aînés.

2.3. Les TIC façonnent de nouveaux modes d'interaction

L'engouement des jeunes pour les TIC a contribué à l'émergence de nouveaux modes de relations à l'autre. En effet, « *les manières de construire, de gérer et de développer les liens sociaux sont étroitement associées à l'outillage qui médiatise les contacts* »¹⁰¹. Sans chercher à être exhaustif, nous évoquerons ici certains des changements opérés, qui concernent au premier chef les jeunes, fervents adeptes de ces nouvelles technologies.

2.3.1. Des frontières de plus en plus floues

Une des incidences les plus intuitives de l'essor des technologies numériques réside dans l'estompement des **frontières géographiques**. Grâce à ces outils (courriels, messagerie instantanée, forums, réseaux sociaux...), il est désormais facile de converser régulièrement avec des personnes habitant dans d'autres villes, régions, voire même d'autres pays. Cette disparition des frontières se conjugue de surcroît avec une possibilité **d'ubiquité** : il est désormais possible d'être à la fois à son domicile, sous le contrôle parental, et ailleurs avec des amis : « *plus besoin de sortir de chez soi pour s'en extraire* »¹⁰². Ces dispositifs répondent ainsi à la fois à un « *besoin de liberté, de responsabilité, d'autonomie et d'intimité* ». ¹⁰³ Autonomie toutefois relative et paradoxale : la liberté offerte par Internet s'obtient physiquement dans le cadre du domicile parental et celle gagnée avec le mobile en dehors du domicile implique la possibilité d'être joint à tout instant, maintenant ainsi une forme de lien permanent avec la famille. Il reste que les modes de communications numériques offrent la possibilité de suivre plusieurs conversations en même temps avec des interlocuteurs dispersés aux quatre coins du monde.

Les espaces temps autrefois **très étanches** – journée, soirée, nuit – sont également remis en cause. L'envoi de courriels ou SMS permettent une communication asynchrone, moins intrusive : le destinataire du message n'est pas dérangé, il peut répondre au message au moment où il sera disponible.

La **frontière entre communication privée et publique** devient elle aussi plus floue. Certes, Internet peut être utilisé pour des conversations classiques entre deux interlocuteurs uniques et clairement identifiés. Mais s'opère aussi, au travers des forums, chats, réseaux sociaux, un « *rapprochement inédit entre des activités autrefois fortement*

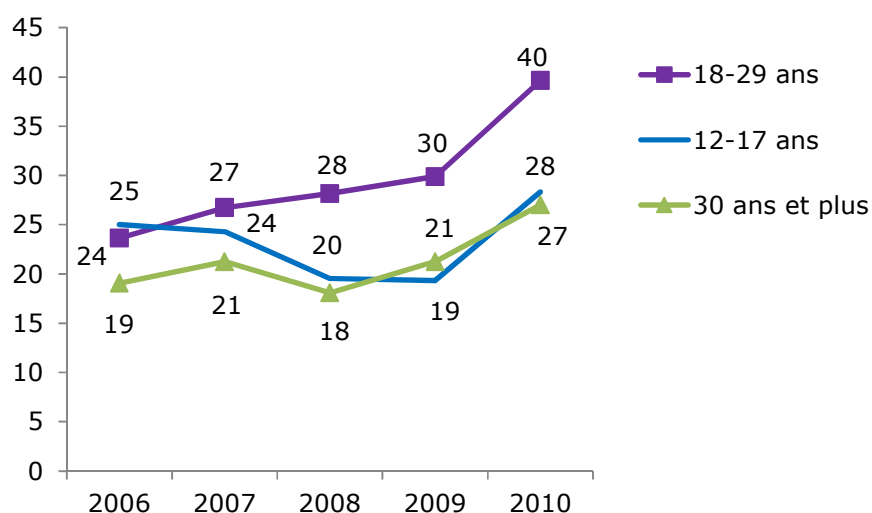
¹⁰¹ Christian Licoppe, Zbigniew Smoreda, "Are social networks technologically embedded? How networks are changing today with changes in communication, technology", *Social Networks*, vol. 27, n° 4, 2005

¹⁰² Johann Chaulet, *op.cit.*

¹⁰³ Pierre Coslin cité par David Assouline, « Les nouveaux médias : des jeunes libérés ou abandonnés ? », *op.cit.*

distinctes : la publication et la conversation »¹⁰⁴. Cette porosité entre discussion privée échange public n'est pas sans présenter des risques, dont les jeunes sont d'ailleurs assez conscients. L'enquête menée par le CREDOC, pour le CGEIET et l'ARCEP, en 2010, indique que 93% des 12-17 ans et 95% des 18-29 ans estiment que les sites Internet devraient permettre à chacun d'effacer simplement les informations personnelles communiquées à un moment donné, 97% des deux classes d'âge considèrent également que les pouvoirs publics devraient inciter davantage les sites à mieux protéger la vie privée de chacun. Et lorsqu'on les interroge sur le principal frein à l'utilisation d'Internet, 28% des adolescents et 40% des 18-29 ans pointent le manque de protection des données personnelles, parmi une liste intégrant aussi bien le coût, la complexité d'usage, etc. Notons au passage la forte progression de cette inquiétude entre 2009 et 2010.

Graphique 30 : Proportion d'individus citant le manque de protection des données personnelles comme frein à l'utilisation d'Internet



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2010, données issues de travaux conduits pour l'ARCEP et le CGEIET

2.3.2. Une identité choisie, des liens plus élargis

Contrairement aux rencontres en face à face, **l'internaute peut jouer avec son « identité numérique »**. Il a tout loisir, s'il le souhaite, de choisir l'anonymat pour s'exprimer. Il peut également multiplier les identités, choisir de publier ou non des photos, des vidéos ou des informations. Il n'est plus nécessairement défini par son âge, son sexe, sa profession, mais peut être connu uniquement pour ses avis dans tel ou tel domaine, son sens de l'humour, etc. : *« peu importe l'identité, ce qui est primordial, c'est ce que*

¹⁰⁴ Valérie Beaudouin, « De la publication à la conversation, Lecture et écriture électroniques » *Réseaux* n°116, 2002

l'internaute déclare être»¹⁰⁵. En particulier, l'identité numérique est souvent détachée de l'apparence physique : les activités « *se font à distance de l'autre, en l'absence des corps* »¹⁰⁶, les premiers contacts ne se nouent plus nécessairement par un échange visuel, mais peuvent s'articuler autour de goûts, de centres d'intérêt. Ces possibilités sont d'autant plus exploitées par les jeunes et les adolescents, que, comme l'explique Fanny George, « *le phénomène social de la représentation de soi dans le jeu et la communication touche les nouvelles générations à une période intense de construction* »¹⁰⁷. L'accès à une expression libre et parfois anonyme peut ainsi offrir « *une libération de la parole à de nombreux adolescents qui ont des difficultés à s'exprimer et à s'intégrer* »¹⁰⁸.

Les distances sociales ne sont pas pour autant abolies. En discutant sur un forum portant sur tel ou tel centre d'intérêt, il est possible de converser avec des interlocuteurs dont on peut ignorer, de prime abord, la position sociale. Ces échanges semblent, *a priori*, plus ouverts par rapport aux rencontres qui se nouent traditionnellement « *sur les lieux fréquentés par les individus au cours de leur existence (l'école, l'université, le quartier, le milieu professionnel, etc.)* »¹⁰⁹. Néanmoins il convient de rappeler qu'une part importante des échanges via Internet se fait entre personnes qui se connaissent déjà « dans la vie réelle ». De plus, les goûts sont souvent déterminés socialement et il s'ensuit une certaine homogénéité de profil dans les rencontres réalisées sur le *web* autour d'un centre d'intérêt (forum, groupe...). Par ailleurs, les plus actifs sur la toile présentent souvent des similitudes sociales : les 18-29 ans les plus présents dans les réseaux sociaux sont plus diplômés (62% disposent au moins du bac) que ceux qui en sont absents (54%). Enfin le registre du langage (style SMS, avec ou sans faute d'orthographe, plus ou moins soutenu) est extrêmement révélateur de la tranche d'âge ou du capital culturel de chacun.

Cette plus grande liberté de parole, cet élargissement du cercle relationnel et le souhait de pouvoir choisir ses relations ne sont pas uniquement l'apanage des internautes. Ils reflètent des tendances de fond de la société française. Dans l'enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français » la proportion d'individus contestant l'affirmation « La famille est le seul endroit où l'on se sente bien et détendu » ne cesse de progresser, passant de 30% en 1979 à 43% en 2010. C'est un signe, parmi de nombreux autres, de l'appétence

¹⁰⁵ Iannis Pledel « Réseaux sociaux et comportements tribaux », (2009), <http://www.placedesreseaux.com/Dossiers/reseau-relationnel/agoravox1.htm>

¹⁰⁶ Valérie Baudoin, 2002, *op.cit.*

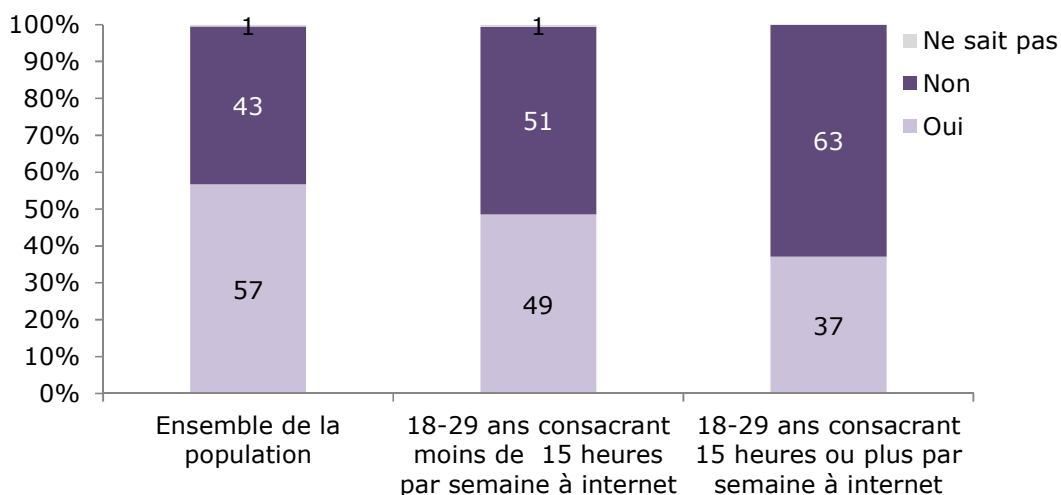
¹⁰⁷ Fanny George, « Représentation de soi et identité numérique, Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux* n°154, 2009

¹⁰⁸ David Assouline, « Les nouveaux médias : des jeunes libérés ou abandonnés ? », rapport n°46, réalisé pour la commission des affaires culturelles du Sénat, 2008-2009, dont on peut trouver une synthèse <http://www.senat.fr/rap/r08-046/r08-046-syn.pdf>

¹⁰⁹ Cf. Régis Bigot, « *Quelques aspects de la sociabilité des Français* », Cahier de recherche n°169, CREDOC, décembre 2001, <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C169.pdf>

pour des liens plus électifs et moins contraints. Les jeunes, et en particulier les jeunes internautes « assidus », en sont les plus convaincus (63%).

Graphique 31 : « La famille est le seul endroit où l'on se sente bien et détendu » (en %)



Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2010, données issues de travaux conduits pour l'ARCEP et le CGEJET

2.3.3. Démocratisation de la prise de parole

Alors que pendant longtemps la parole publique était l'apanage d'institutions, de figures d'autorités ou de personnes ayant pour mission de la relayer (médias, syndicats, partis politiques...), Internet favorise une **prise de parole directe sans intermédiaire**. Dominique Cardon va même plus loin : « *l'autorité du statut, en tant que telle, n'y reçoit qu'une très faible légitimité quand elle ne fait pas l'objet d'une mise en suspens délibéré ou d'une contestation implicite. La présupposition d'égalité sur Internet (...) vise à n'évaluer et à ne hiérarchiser les personnes qu'à partir de ce qu'elles font, produisent et disent, et non à partir de ce qu'elles sont* »¹¹⁰. L'interactivité, le web dit « participatif » (ou « 2.0 »), valorise la parole d'inconnus, voire d'anonymes. La subjectivité de la parole occupe une place plus importante. Alors que les journalistes et les experts revendiquaient une certaine neutralité, un certain recul, l'essor des blogs et commentaires sur Internet se nourrit au contraire d'une **subjectivité assumée**.

Le **contrôle** de ce qui est produit se déplace lui aussi. Auparavant réservé à des instances officielles et reconnues, il est aujourd'hui davantage exercé par le regard des autres, rappelant la société de contrôle décrite par Deleuze¹¹¹. A la fois dans des modèles

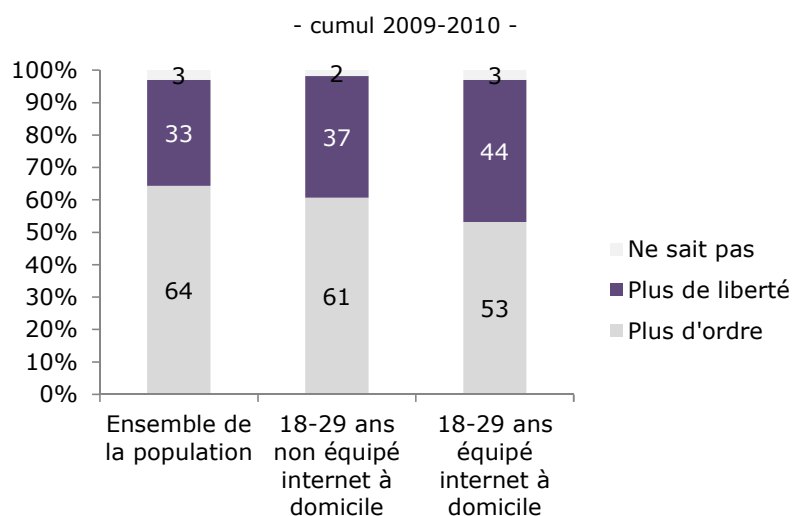
¹¹⁰ Dominique Cardon, Vertus démocratiques de l'Internet, Lavedesidees.fr, novembre 2009, http://www.lavedesidees.fr/IMG/pdf/20091110_cardon.pdf

¹¹¹ Gilles Deleuze, "Post-scriptum sur les sociétés de contrôle", *L'autre journal*, n°1, mai 1990, http://aeicpp.free.fr/articles/contrrole_deleuze.htm

clairement articulés en ce sens, comme Wikipédia par exemple, qui organise le contrôle des relecteurs, ou de façon plus subtile par un certain conformisme social permettant d'éviter des désagréments (prendre soin de ne pas publier d'informations compromettantes sur Facebook par exemple).

Le rapport aux institutions n'est pas bouleversé, mais **le besoin de sortir des cadres établis progresse** : 30% des jeunes aspiraient à davantage de liberté en 1999, ils sont 37% aujourd'hui chez les jeunes non internautes, et 44% chez les jeunes disposant d'un accès à leur domicile.

Graphique 32 : Selon vous, la société française a-t-elle aujourd'hui besoin, pour mieux fonctionner, de plus d'ordre ou de plus de liberté ? (en %)

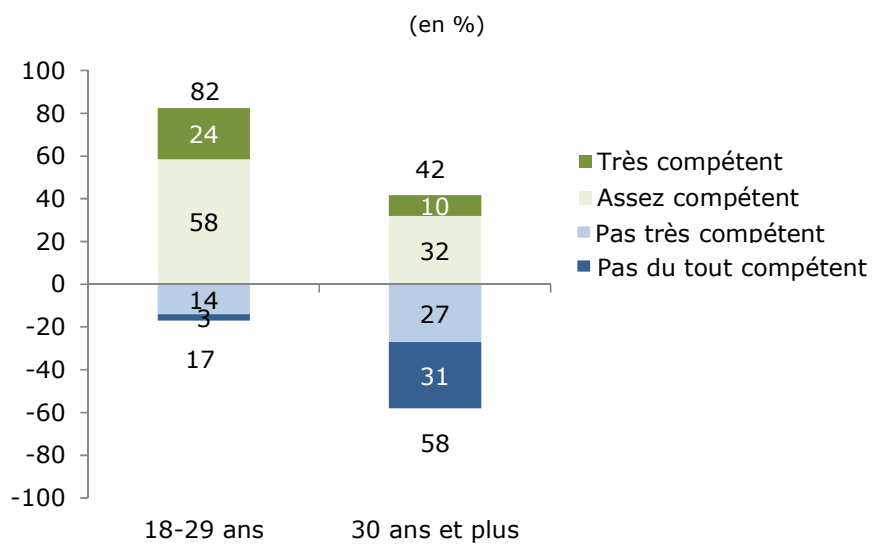


Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français », 2009-2010

2.3.4. Un changement des relations entre générations

Les nouvelles technologies contribuent à faire évoluer les relations inter-générationnelles. La jeunesse est souvent définie comme une phase de préparation aux futures étapes de la vie (s'installer, travailler, fonder un foyer), caractérisée par la dépendance envers les adultes, détenteurs du savoir, des compétences, du pouvoir économique et politique. L'arrivée des technologies de l'information perturbe ces positions hiérarchiques car les détenteurs de la connaissance et de l'expertise en matière d'ordinateur, de téléphonie mobile et d'Internet sont souvent les jeunes. 82% des 18-29 ans s'estiment compétents pour utiliser un ordinateur alors que la majorité des plus de 30 ans reconnaissent leurs limites (58%). **La révolution numérique renverse les rôles** et le sentiment de compétence change de camp : les jeunes sont non seulement à la pointe en termes d'usage, mais ils peuvent devenir des médiateurs et des prescripteurs pour guider leurs aînés dans le choix d'équipement, ou pour les initier aux potentialités des différents outils.

Graphique 33 : Comment qualifieriez-vous votre propre compétence pour utiliser un ordinateur ?



Source : CREDOC, enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », juin 2009, données issues de travaux réalisés pour le CGEJET et l'ARCEP

BIBLIOGRAPHIE

ASSOULINE David, « Les nouveaux médias : des jeunes libérés ou abandonnés ? », rapport n°46, réalisé pour la commission des affaires culturelles du Sénat, 2008-2009, synthèse <http://www.senat.fr/rap/r08-046/r08-046-syn.pdf>

BEAUDOUIN Valérie, « De la publication à la conversation, Lecture et écriture électroniques » *Réseaux* n°116, 2002

BIGOT Régis, CROUTTE Patricia, *La diffusion des technologies de l'information et de la communication dans la société française*, Collection des rapports, n° 269, CREDOC, décembre 2010, http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/rapport-credoc-2010-101210.pdf

BIGOT Régis, « Quelques aspects de la sociabilité des Français », Cahier de recherche n°169, CREDOC, décembre 2001, <http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C169.pdf>

CARDON Dominique, Vertus démocratiques de l'Internet, Lavedesidees.fr, novembre 2009, http://www.lavedesidees.fr/IMG/pdf/20091110_cardon.pdf

CHAULET Johann, « Les usages adolescents des TIC*, entre autonomie et dépendance », *Empan*, n° 76 « Réseau Internet et lien social », 2009

DELEUZE Gilles, « Post-scriptum sur les sociétés de contrôle », *L'autre journal*, n°1, mai 1990, http://aejcpp.free.fr/articles/controle_deleuze.htm

GEORGE Fanny, « Représentation de soi et identité numérique, Une approche sémiotique et quantitative de l'emprise culturelle du web 2.0 », *Réseaux* n°154, 2009

INSEE, enquête « Technologies de l'information et de la communication », octobre 2005, http://www.insee.fr/fr/themes/document.asp?reg_id=0&ref_id=ip1076

LICOPPE Christian, SMOREDA Zbigniew, "Are social networks technologically embedded? How networks are changing today with changes in communication, technology", *Social Networks*, vol. 27, n° 4, 2005

LICOPPE Christian, SMOREDA Zbigniew, «Liens sociaux et régulations domestiques dans l'usage du téléphone», *Réseaux*, n° 103, 2000

LIVINGSTONE S., HADDON L., GORZIG A., and OLAFSSON K. (2011). *Risks and safety on the Internet: The perspective of European children. Full Findings*. LSE, London: EU Kids Online, [http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20\(2009-11\)/EUKidsOnlineIIRreports/D4FullFindings.pdf](http://www2.lse.ac.uk/media@lse/research/EUKidsOnline/EUKidsII%20(2009-11)/EUKidsOnlineIIRreports/D4FullFindings.pdf)

MARESCA Bruno, PICARD Romain, PILORIN Thomas, Les internautes, premiers clients des industries culturelles, *Consommation et modes de vie* n°235, CREDOC, décembre 2010, <http://www.credoc.fr/pdf/4p/235.pdf>

MATOS Heloiza « Engagement civique et participation politique : controverses sur les TICs et le déclin du capital social », *Les Enjeux de l'information et de la communication* 1/2008 (Volume 2008), p. 57-71

PLEDEL Iannis « Réseaux sociaux et comportements tribaux », (2009), <http://www.placedesreseaux.com/Dossiers/reseau-relationnel/agoravox1.htm>

PUTNAM Robert, *Bowling Alone: The Collapse and a Revival of American Community*. New York, *Simon & Schuster*, 2000

3. LES PRATIQUES CULTURELLES DES JEUNES (BRUNO MARESCA)

INTRODUCTION

Dans cette période de la vie qui va de la sortie des études secondaires au moment où ils sont amenés à fonder une famille, soit pendant une dizaine d'années, de 19 à 29 ans, les jeunes vivent un âge de la vie très spécifique, marqué par l'émancipation, la socialisation entre pairs, l'exploration du monde et l'attrait de la modernité, en dépit de la faiblesse des ressources. Quoiqu'on en dise aujourd'hui, cet âge de la vie n'est pas nouveau, depuis que la littérature du milieu du XIX^{ème} en a popularisé la figure. Tous les ingrédients qu'en donnait déjà Balzac, par exemple, les définissent encore : faiblesse des ressources mais foi en l'avenir, logement de fortune mais vie de divertissements et d'aventures, éloignement familial mais reconnaissance et solidarité entre les pairs. La principale dimension qui a changé est la durée même de cet état qui s'est sensiblement allongé, par l'effet conjugué de l'allongement des études et du report de l'arrivée du premier enfant.

Si cet âge n'a pas de nom, ce n'est pas que la jeunesse n'existe pas, c'est plutôt qu'il s'agit d'un âge incertain, s'épanouissant entre la libération d'une existence sous contrainte, celle de l'enfant, et le report de l'entrée dans le statut d'adulte, défini par la conquête d'une place (professionnelle et sociale) et l'acceptation de la responsabilité parentale.

On pourrait qualifier cette période, qui sépare l'adolescence de l'âge adulte proprement dit, d'âge du *primo-adulte*. Elle se singularise par son caractère de phase fondatrice de l'expérience générationnelle, cette manière qu'a toute nouvelle cohorte de jeunes gens d'appréhender son époque, d'en inventer les codes, d'en incorporer sa modernité, de se reconnaître entre pairs dans de multiples lieux et de multiples pratiques qui font signe et fournissent à chacun matière à construire une identité propre et reconnaissable à la fois.

Or, dans cette expérience générationnelle, la consommation culturelle apparaît, à côté d'autres registres, telle la consommation vestimentaire, comme une dimension fondamentale permettant l'affirmation identitaire. Les industries culturelles, tout comme la mode, vivent de la dynamique du renouvellement à laquelle adhère la jeunesse.

Parallèlement, les politiques publiques, dites culturelles, se préoccupent d'amener les nouvelles générations à s'initier et à incorporer les contenus référentiels de la culture qui fondent à la fois la vision universaliste de la culture humaniste et une identité spécifique propre au « génie national ».

En France, on oppose volontiers la culture de masse produite et diffusée par les industries culturelles, la culture commerciale dite du « main stream », et la culture de référence, qui

est consacrée et entretenue par les institutions publiques, et que l'on qualifie volontiers d'élitiste. La révolution numérique est venue brouiller les marqueurs qui permettaient jusque-là de délimiter ces deux mondes. Il devient dès lors moins aisé de séparer les rôles des différents opérateurs du monde de la culture et du loisir et, en particulier, de s'en remettre aux seuls pouvoirs publics en matière de transmission de la culture.

Trois grands enjeux structurent aujourd'hui la manière dont les jeunes générations déploient leur consommation culturelle. Trop souvent étudiés de manière cloisonnée, ils doivent être mis en résonance pour comprendre les pratiques culturelles de la jeunesse dans leur complexité.

Le premier est la transmission des pratiques culturelles associées aux « œuvres de référence » (lecture de la littérature, fréquentation du musée, du théâtre, du concert) et leur pénétration dans la classe d'âge des 18-30 ans. Quelle est l'évolution depuis 10 ans des pratiques culturelles des jeunes, tant en termes de niveau de pratique que de part de budget consacré ? Les travaux du CREDOC et du Département des études du ministère de la Culture soulignent leur stabilité, dans un contexte d'érosion de ces pratiques dans la population générale. Pour autant, les jeunes, plus que les autres catégories de la population, sont soumis à une contrainte budgétaire qui limite, dans une certaine mesure, leur consommation culturelle.

Le deuxième enjeu est la consommation des productions culturelles, dont la dynamique est profondément transformée par la numérisation des supports. Sur ce plan, il apparaît que les industries culturelles vivent très largement du public jeune (cinéma, concerts, jeux-vidéo, parcs à thème, CD, vidéo...). Par ailleurs les technologies de l'information et de la communication (TIC) multiplient les modes d'accès à l'information et à la consommation des produits culturels, induisant un profond renouvellement des pratiques culturelles, largement tiré par les jeunes.

La notion même de pratiques culturelles des jeunes est donc traversée par une tension, entre ce qui relève de l'accès à la « culture de référence », à travers des pratiques culturelles dites classiques, où les jeunes constituent un public qu'il s'agit d'accompagner pour un meilleur accès à la Culture, et ce qui relève de la consommation des produits de l'industrie culturelle, où le public jeune fait figure de consommateur moteur. On est donc face à un apparent paradoxe : alors que les pouvoirs publics et les grandes institutions culturelles mettent en avant la nécessité d'un effort particulier pour favoriser l'accès des jeunes à la culture, ces derniers sont aujourd'hui les contributeurs les plus importants des industries culturelles, en particulier dans les registres de la musique et du cinéma.

Dans ce contexte, le **troisième enjeu est donc celui des politiques publiques de soutien à la diffusion et à l'animation culturelles**. Profondément imprégnées de l'idéal d'après-guerre de démocratisation de l'accès à la culture, elles ignorent souvent les

formes nouvelles de consommation et de pratiques induites par la diffusion mondiale des œuvres culturelles. Elles peinent notamment à raisonner la distinction entre d'un côté le versant des champs de la création artistique qui produit la « culture de référence » ou « culture dominante » (le roman, la peinture, la musique classique, etc.), et de l'autre le versant du divertissement et des expressions identitaires, qui alimente la « culture de masse » ou « culture main stream » (la télévision, le cinéma, les parcs à thème, etc.), mais aussi les « sous-cultures », populaires et exotiques (la musique et la danse des banlieues urbaines et des communautés ethniques). Quelle importance, et place relative, les pouvoirs publics doivent-ils donner au soutien à ces deux registres de la culture et du loisir ? Quelle stratégie défendre, au niveau des jeunes, entre le souci de la démocratisation, qui alimente les hybridations entre culture de référence et culture de masse, et celui de la promotion de l'excellence nécessaire au soutien de la création ?

Avant d'entrer dans le détail des pratiques et des consommations culturelles des jeunes, il importe de mesurer ce qui fait la spécificité des différentes classes d'âge de la jeunesse, dans le spectre large des Français de 15 à 30 ans. Tout d'abord, il importe de distinguer différentes tranches d'âge qui fonctionnent comme autant de mondes juvéniles propres. On adopte classiquement la coupure entre avant et après 15 ans pour séparer l'enfance au sens large, des « jeunes » également au sens large. On prend tout aussi classiquement l'âge de l'arrivée du premier enfant pour clore le temps de la « jeunesse ». En 15 et 30 ans, trois tranches d'âge délimitent des expériences de vie spécifiques : de 15 à 18 ans, les lycéens restent fortement dépendant du rythme et de l'horizon scolaires ; de 19 à 24 ans, les jeunes très majoritairement étudiants acquièrent une indépendance organisationnelle ; de 25 à 30 ans, ils entrent dans la vie active et deviennent à proprement parler des « jeunes adultes ».

A toutes ces étapes, les jeunes se différencient des adultes actifs par un volume de temps libre beaucoup plus important qui se trouve associé à un fort besoin de socialisation dans leur propre classe d'âge. Dès lors, le loisir culturel et de divertissement, tout comme le sport, sont les registres privilégiés répondant à deux aspirations majeures : l'approche ludique et interactive de l'occupation du temps libre, et l'adhésion aux valeurs de la modernité qui donnent repères et identité aux nouvelles générations. Qu'il s'agisse de jeux, de sport ou de culture¹¹², les jeunes ont un niveau de pratique beaucoup plus élevé que la moyenne de la population française¹¹³. Parmi les 15-30 ans, près de 90% déclarent une activité physique ou sportive, qu'ils pratiquent à un rythme soutenu (de l'ordre de 180

¹¹² La distinction entre le *loisir* et les *loisirs* recoupe l'opposition entre les activités culturelles et celle de divertissement. Depuis l'Antiquité, en particulier à partir d'Aristote, on distingue le divertissement, qui remplit une fonction de délasserment après le labeur, du loisir au sens de l'activité cultivée qui a pour objet l'accomplissement de soi. Les sports et les jeux font partie du divertissement, la poésie et le théâtre du loisir cultivé.

¹¹³ Muller L., *Pratique sportive et activités culturelles vont souvent de pair*, Insee Première, 2005

fois dans l'année, si l'on cumule les périodes hors vacances et les vacances), soit 50% de plus en fréquence que l'ensemble des personnes de 15 ans et plus. D'autre part, les 15-30 ans se livrent à un grand nombre d'activités, de sorties, de visites et de pratiques culturelles (fréquence de 80 fois en moyenne dans l'année, contre 52 fois pour l'ensemble des 15 ans et plus, selon Insee Première, 2005).

Pour autant, la culture, à la différence du sport, est communément considérée comme éloignée des centres d'intérêt des jeunes. D'où vient dès lors que les moins de 30 ans soient les plus grands consommateurs de biens culturels en part de leur budget, ce qui n'échappe pas aux industries culturelles qui font des moins de 30 ans leur cible privilégiée ? C'est qu'il existe un malentendu persistant entre les contenus que les politiques culturelles veulent rendre accessibles (les œuvres de référence, le patrimoine, la création contemporaine) et les contenus des industries du divertissement, principaux producteurs de la musique, du cinéma, du livre ou du spectacle vivant dont les jeunes générations sont le public privilégié. Pour faire la lumière sur le paradoxe du rapport des jeunes à la culture, il faut commencer par ce que l'on réunit classiquement sous le terme de « pratiques culturelles » pour comprendre la dynamique du budget des dépenses dites culturelles des jeunes.

3.1. Les jeunes et les pratiques culturelles

Le suivi des pratiques et consommations culturelles des Français, a été structuré par le ministère de la Culture depuis trente ans à travers deux dispositifs d'enquêtes nationales, permettant de couvrir les domaines d'intervention du ministère. Il s'agit de deux enquêtes périodiques dont l'une, *Les pratiques culturelles des Français*, est réalisée directement par le ministère de la Culture (DEPS), et l'autre, l'enquête *Budget de famille* de l'Insee, fait l'objet d'une exploitation spécifique sur les postes de dépenses culturelles que le CREDOC réalise pour le ministère de la Culture (DEPS) ¹¹⁴. Ces deux sources permettent d'appréhender l'évolution depuis 1973 pour la première et 1979 pour la seconde, des pratiques et consommations culturelles en France, en particulier de la part des jeunes ¹¹⁵.

L'enquête sur les *Pratiques culturelles des Français* (PCF) permet de quantifier les pratiques que déclarent les Français de plus de 15 ans, ce qui permet de cerner les comportements des jeunes de 15-25ans, majoritairement inactifs pour cause de scolarité, et les jeunes adultes de 25-35 ans majoritairement actifs.

¹¹⁴ Bruno MARESCA, Laurent POUQUET. Les dépenses culturelles des Français d'après les enquêtes de l'INSEE de 1989 et 1995. Analyse des évolutions entre 1979 et 1995. Ministère de la culture, juillet 1998

¹¹⁵ Les dernières vagues disponibles datent de 2008 pour *Pratiques culturelles des Français* (PCF) et de 2006 pour l'enquête *Budget de Famille* (BdF).

L'exploitation de l'enquête *Budget de famille* de l'Insee (BdF), permet d'évaluer le montant monétaire des dépenses culture-médias des jeunes ménages. On doit néanmoins tenir compte d'une limite importante : les jeunes pris en compte par l'Insee dans l'enquête *Budget de famille* sont ceux qui ont décohabité et vivent dans un logement indépendant. La consommation des jeunes vivant toujours chez leurs parents est intégré au budget familial et n'est pas distingué en tant que tel par l'Insee¹¹⁶.

Si l'enquête PCF repose sur des types de pratiques prédéfinies et délimitées en fonction des domaines de compétences du ministère de la Culture, l'enquête *Budget de Famille* est plus ouverte dans la mesure elle recueille l'ensemble des consommations des ménages, sans prédéfinir ce qui est culturel et ce qui ne l'est pas. L'approche par la consommation permet de renouveler la perspective présentée par l'évaluation des taux de pénétration des pratiques : elle se place non pas en surplomb de la chaîne de la diffusion culturelle mais à l'aval de celle-ci, là où se cumule toute la diversité des choix et des arbitrages que font les individus en matière de loisirs et d'investissements dans les différents registres de la culture.

Pour comprendre les consommations de loisirs, il faut distinguer les activités qui se pratiquent chez soi – telles que l'écoute de la musique, de la radio et de la télévision, l'usage de l'ordinateurs, etc. – et celles qui se font à l'extérieur et relèvent du registre des « sorties » - aller au cinéma, au concert, au théâtre, au musée, à la bibliothèque, etc. -. Cette opposition est particulièrement marquée chez les jeunes, dans la mesure où les pratiques à domicile s'appuient sur des équipements de la maison (la télévision, l'ordinateur et Internet, le baladeur...) et ne coutent pas cher, tandis que les sorties au spectacle et dans des établissements culturels sont onéreuses.

Une vision dynamique des évolutions des pratiques culturelles consistent à regarder les mutations en cours dans l'économie de la culture, à partir des supports plutôt qu'à travers les contenus. Ce qui change c'est moins le rapport aux œuvres culturelles, sur lequel on ne sait pas grand-chose, que la manière dont on accède aux œuvres. Or l'accès aux œuvres est aussi bien une question de médiation collective que le résultat des moyens d'accessibilité individuelle. Peut-on dire que le développement de la médiathèque a modifié le rapport aux œuvres littéraires et musicales ? Certainement pas. Peut-on penser qu'il a permis d'intensifier le rapport à la lecture ou à l'écoute de disques ? C'est incertain. Peut-on dire qu'il a permis un rapport plus encyclopédique aux contenus des livres et des disques ? On peut le défendre.

¹¹⁶ Géraud S., Maresca B., Les Dépenses Culture-Médias des Ménages en France, Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) du Ministère de la Culture et de la Communication, 2006
Maresca B., Picard R., Pilorin T., Les dépenses culturelles des Français au milieu des années 2000, Département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) du Ministère de la Culture et de la Communication, 2009

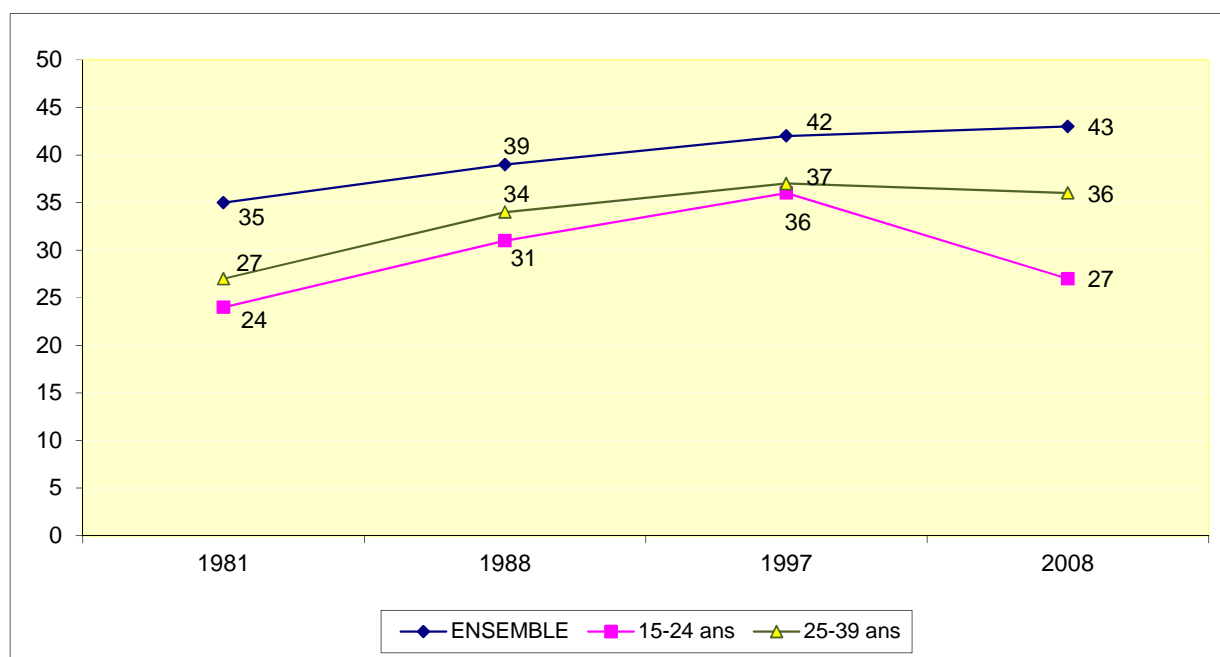
Il en va de même pour le medium Internet, qui se nourrit des mêmes principes d'encyclopédisme et de confrontation non hiérarchisée à un grand nombre d'œuvres. Pour les jeunes générations, l'équipement informatique doublé de la connexion Internet personnelle, tout comme le baladeur et le mobile qui permettent d'écouter de la musique en continu, de lire des actualités et d'échanger, font système avec la médiathèque, le cinéma et divers autres lieux culturels. L'idée que les jeunes sont passés d'une culture traditionnelle à une culture de l'écran est une explication partielle. Le développement en cours rend compte d'un changement de processus de distribution et d'échange, qui élargit le rapport aux objets classiques contraints par leur dimension matérielle, -le livre, le disque, le film, le journal, etc.-, grâce à la multiplication de contenus dématérialisés insérés dans une dynamique de l'échange interactif en réseau.

3.1.1. Régression de l'écoute de la télévision au profit des écrans interactifs, un mouvement vers l'élargissement des vecteurs de prescription

La révolution du numérique a pour effet de détourner en partie les jeunes de la consommation télévisuelle. Il ne s'agit vraisemblablement pas d'un effet générationnel, c'est-à-dire d'une désaffection des programmes, dans la mesure où les contenus télévisuels se sont beaucoup diversifiés, conduisant à une diffusion importante des abonnements aux bouquets de chaînes.

Il s'agit plus sûrement d'un effet de cycle de vie, les jeunes arbitrant leur temps libre en faveur des écrans interactifs, - l'ordinateur, la console de jeux, le smart phone -, plutôt qu'en faveur de l'écran télévisuel. La régression des taux d'écoute des émissions de télévision a été particulièrement accusée chez les 15-24 ans, au cours des années 2000 du fait de la pénétration des connexions Internet. Les jeunes font néanmoins de l'écran de télévision un usage que l'on peut qualifier de « détourné », pour le visionnage de film DVD et de jeux-vidéo. Cette dimension les inscrit un peu plus dans la dynamique du contenu orienté par les prescriptions interpersonnelles plutôt que par l'adhésion aux contenus prescrits par des institutions culturelles (notamment les programmes des chaînes de télévision).

Graphique 34 : Part des Français qui regardent la télévision 20 h et plus par semaine



Source PCF, DEPS, 2009 - <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat.php>

Evolution des dépenses des jeunes pour l'écoute de la télévision entre 2001 et 2006¹¹⁷

Source : Enquête Budget des familles 2001 et 2006 de l'Insee (dernières vagues disponibles), traitement CREDOC 2009

3.1.2. La consommation de musique au diapason des mutations des pratiques de loisir des jeunes

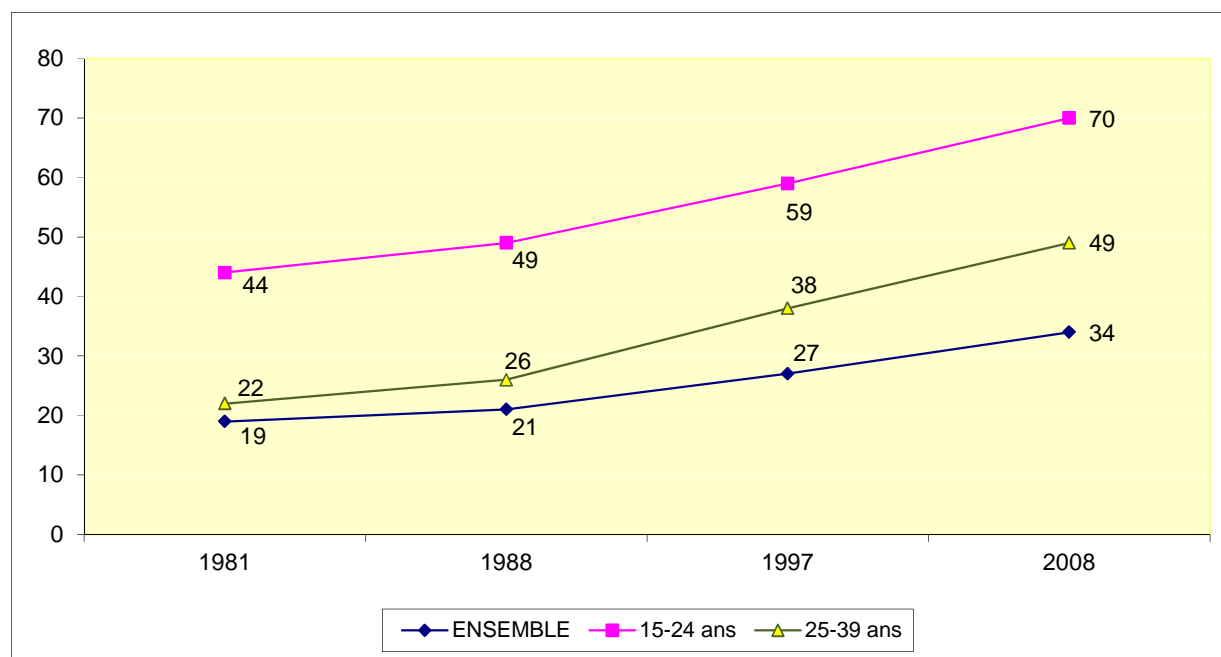
L'écoute de la musique accompagne de plus en plus la pratique active des écrans, via l'ordinateur, le baladeur et le téléphone mobile. Les jeunes ont désappris l'usage des chaînes Hi-Fi qui avait accompagné le développement de la musique enregistrée dans les générations du baby boom. La musique, pour ces générations, est presque totalement dématérialisée. Sans avoir totalement disparu, l'objet CD est limité à des usages spécifiques : l'acquisition d'œuvres que l'on veut conserver, pour constituer une discothèque, comme c'est toujours le cas pour le livre, et la pratique du cadeau qui déclenche une bonne part des achats culturels. L'évolution de ces usages dessinent l'avenir des objets culturels : débarrassés de la nécessité des supports matériels, l'œuvre sera de plus en plus systématiquement découverte et parcourue sur des supports numériques, qu'il s'agisse de la musique, du film, de l'image, de l'écrit, et elle ne sera acquise que dans une minorité de cas.

L'écoute de la musique est intégrée par les jeunes à leur environnement quotidien, d'une manière quasi systématique, au point d'accompagner la plupart de leurs déplacements

¹¹⁷ Les dépenses « Image » rassemblent les dépenses en équipement télévisuel, abonnements télévisuels, magnétoscope et vidéo, et services pour l'audiovisuel. Les dépenses « Informatique » rassemblent les dépenses en micro-informatique et en jeux-vidéo.

mais aussi les temps qu'ils passent à étudier. Près des trois-quarts des 15-24 ans ont une écoute quasi quotidienne. L'écoute en ligne (streaming) et le téléchargement ont fortement accru la tendance, comme le montre l'évolution des pratiques depuis les années 90.

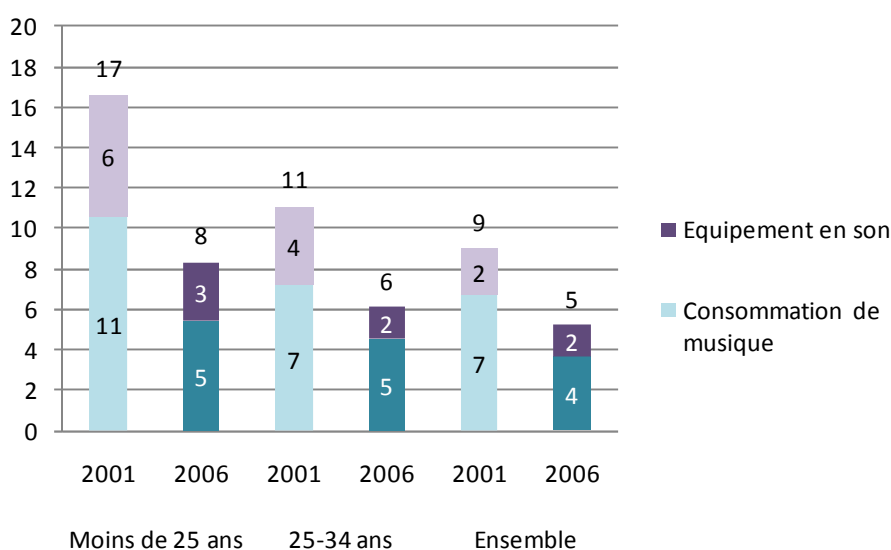
Graphique 35 : Part des Français qui écoutent de la musique tous les jours ou presque (hors radio)



Source PCF, DEPS, 2009 - <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat.php>

Du fait de ces évolutions, le budget des ménages ne rend que très partiellement compte de la consommation de musique, tout particulièrement chez les jeunes. Dans l'ensemble des œuvres qui sont écoutées, celles qui sont acquises sur des supports de musique enregistrée achetés dans le commerce ne représentent qu'une part minoritaire, néanmoins difficile à évaluer, compte tenu du volume des téléchargements et des échanges entre pairs. Ceci explique que la part du budget des ménages consacrée à l'achat de musique a diminué de moitié entre 2001 et 2006, particulièrement chez les moins de 25 ans.

Graphique 36 : Evolution des dépenses liées à l'écoute de la musique des jeunes entre 2001 et 2006¹¹⁸



Source : Enquête Budget des familles 2001 et 2006 de l'Insee, traitement CREDOC 2009

En 2001, le niveau de dépenses en musique des moins de 25 ans était près de deux fois supérieur, en part de budget consacré, à celui des 25-34 ans (17% chez les moins de 25 ans contre 9% en moyenne), ce dernier étant proche de la moyenne de l'ensemble des ménages.

En 2006, l'impact du développement de la numérisation et du téléchargement est très sensible. On note, en effet, une baisse des achats de musique dans toutes les classes d'âge, particulièrement chez les moins de 25 ans dont la part des dépenses consacrées à la musique tend à se rapprocher de la moyenne des ménages.

3.1.3. Les jeunes demeurent autant lecteurs que la moyenne des Français en dépit d'un volume d'achats limité

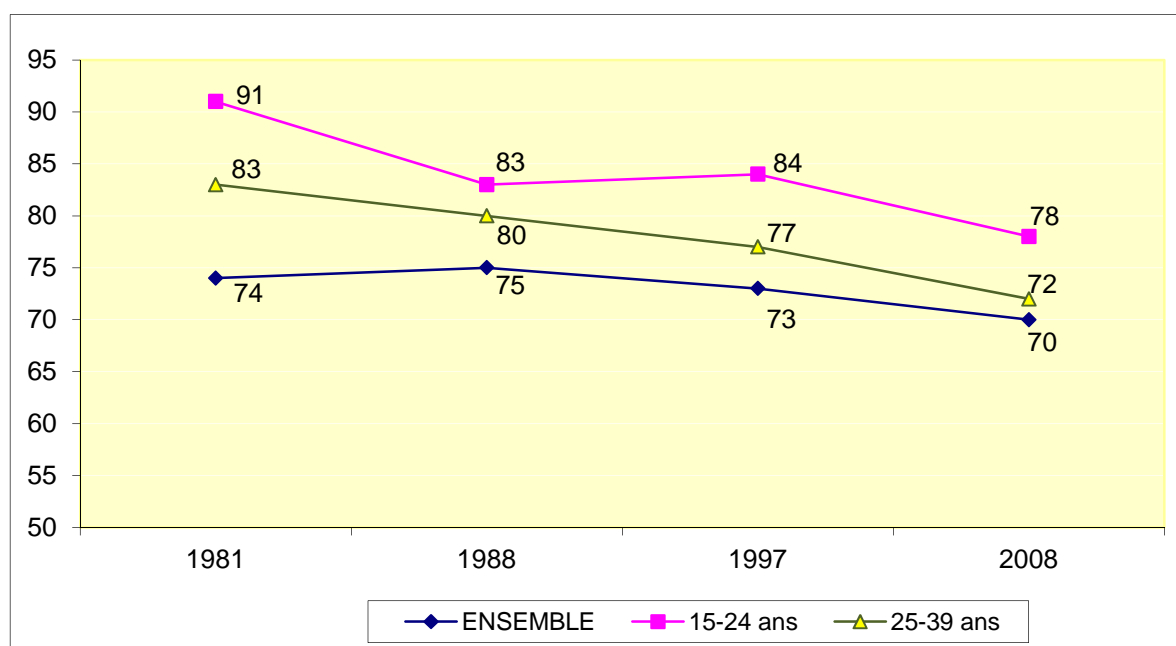
Contrairement aux idées reçues, l'écrit conserve une place importante dans les pratiques et les consommations culturelles des jeunes. Cela se voit aussi bien dans les pratiques déclarées que dans les dépenses effectives. Il apparaît néanmoins un paradoxe : les jeunes ont une intensité de lecture déclarée nettement supérieure à la moyenne des Français, même si cette pratique tend à s'éroder, alors que leur niveau de dépenses est très inférieur.

¹¹⁸ Les dépenses « Image » rassemblent les dépenses en équipement télévisuel, abonnements télévisuels, magnéscope et vidéo, et services pour l'audiovisuel. Les dépenses « Informatique » rassemblent les dépenses en micro-informatique et en jeux-vidéo.

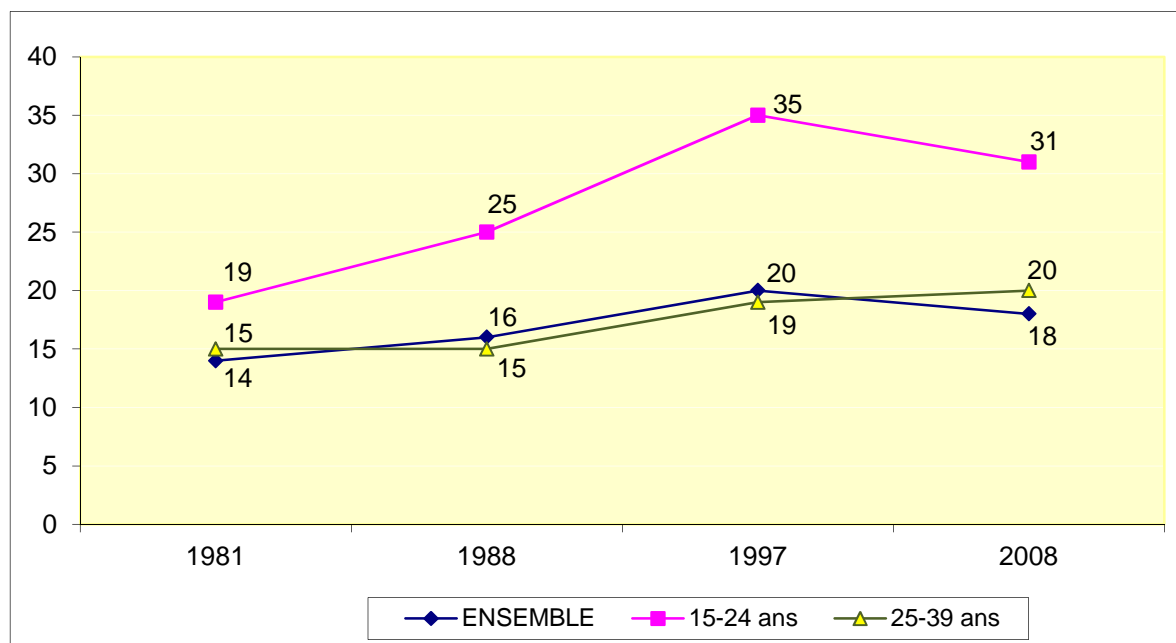
Comme pour la musique, le volume des achats minore la consommation réelle de supports écrits, dans la mesure où les jeunes qui sont de grands lecteurs, notamment ceux qui font des études supérieures, mobilisent des ressources documentaires (dans les bibliothèques et médiathèques), empruntent des livres dans leur entourage et s'informent de plus en plus *via* Internet.

On peut comprendre l'érosion de la lecture si l'on prend en compte l'évolution des arbitrages temporels dans le champ du temps libre. A la différence de la musique qui peut être écoutée dans différents moments de la vie quotidienne, en raison de formats réduits, la lecture suppose du temps, particulièrement pour des ouvrages littéraires ou documentaires. La chute de la proportion de lecteurs au cours des années 2000 est à rapprocher de l'accroissement du temps passé devant les écrans informatiques, qui mobilisent une bonne part du temps disponible dans les moments autrefois privilégiés pour la lecture, notamment en soirée, pendant les voyages, etc.

Graphique 37 : Part des Français qui ont lu au moins un livre au cours des 12 derniers mois



Graphique 38 : Part des Français qui sont inscrits et ont fréquenté une bibliothèque au cours des 12 derniers mois



Source PCF, DEPS, 2009 - <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat.php>

Comme dans le cas de la consommation de musique, les chiffres sur les achats de livre et de presse informent très imparfaitement sur les pratiques effectives de lecture, le livre comme le magazine circulant beaucoup par échanges entre pairs, et étant aujourd’hui disponibles via de nouvelles formes dématérialisées.

S’agissant des livres et de la presse, les 15-25 ans et les 25-34 ont une intensité de consommation comparable (15,9% du budget culture-media hors communications des premiers, 17,0% pour les seconds, à comparer aux 28,4 % que les autres ménages consacrent à l’écrit). En valeur, la dépense annuelle des 15-25 ans est moitié moindre de celle des 45-54 ans.

Pour les jeunes, les achats de livres sont aujourd’hui davantage des livres de divertissement, dans la mesure où les livres utilitaires, notamment ceux qui sont utilisés pour les études, mais aussi les livres pratiques (livres de cuisine, guides de voyage...), sont largement concernés par la substitution du support papier par le support numérique.

Il en va de même pour les achats de presse. La presse magazine, consommée majoritairement par les jeunes, est encore diffusée principalement sur support papier. En revanche, la presse quotidienne a été largement dématérialisée : les jeunes la lisent via Internet, à la différence des personnes plus âgées qui restent de gros consommateurs des formats traditionnels, et notamment des abonnements.

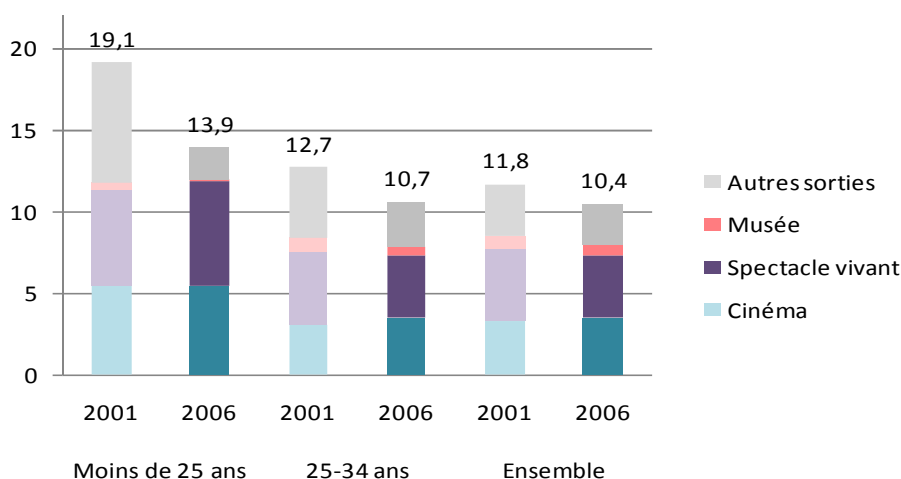
L'écrit, comme la musique enregistrée et la vidéo, entre dans une nouvelle ère qui consacra la dualité entre les supports informatisés, à finalité utilitaire, et les objets (livre, magazine, CD, DVD) dont la dimension patrimoniale et hédonique garantira la permanence. Les jeunes générations ont déjà intégré cette double culture dans leur consommation des productions culturelles.

3.1.3.1. La sortie, élément central des pratiques culturelles et de divertissement des jeunes

Les sorties culturelles comme les dépenses de musique constituent les registres principaux où les jeunes consomment pratiquement autant que les autres classes d'âge alors que ces dernières disposent de budgets de consommation nettement plus importants. Les sorties culturelles sont partie intégrante des pratiques de socialisation à travers les groupes de pairs. A ce titre, elles sont essentielles à l'intégration sociale des jeunes.

Néanmoins, en raison du coût des spectacles culturels (cinéma, concert, théâtre...), le poste de dépense des sorties est fortement contraint par les fluctuations du revenu disponible (budget restant pour la consommation hors dépenses contraintes). Pour comprendre l'évolution du niveau de dépenses sur ce poste entre 2001 et 2006, il faut se souvenir que 2001 fut une année record concernant l'optimisme des ménages, tandis que 2006 a été un point très bas dans l'opinion des Français sur leur niveau de vie. Ceci explique, pour l'essentiel, la baisse très marquée du budget que les jeunes consacrent aux sorties culturelles.

Graphique 39 : Evolution des dépenses liées aux sorties des jeunes entre 2001 et 2006 (en % de la part du budget des dépenses culturelles hors communications)



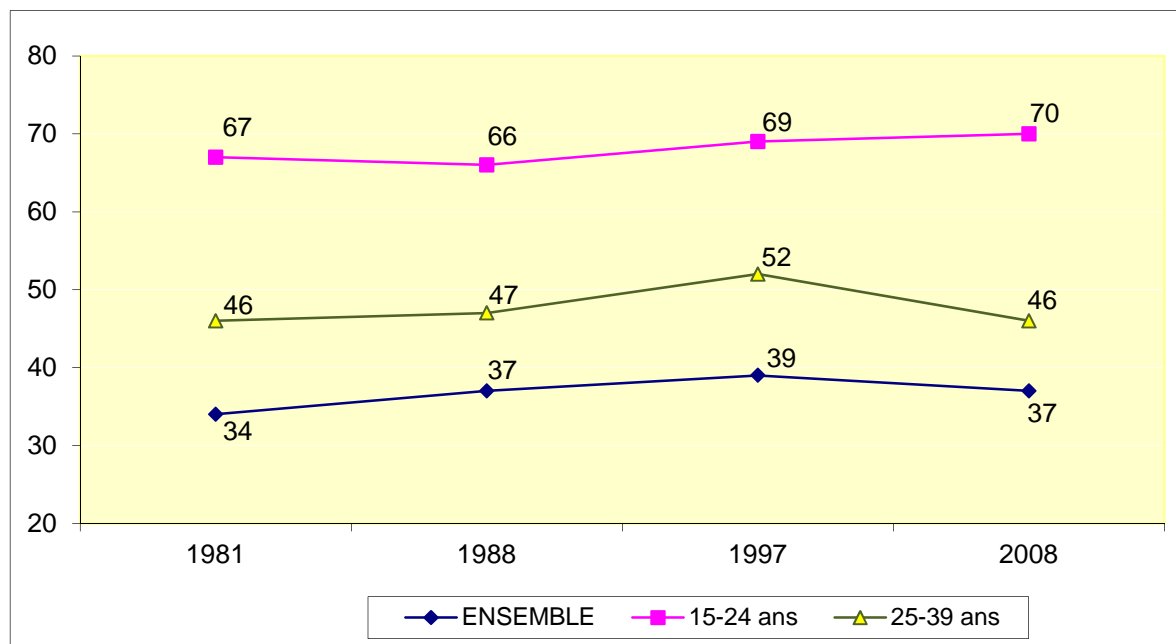
Source : Enquête Budget des familles 2001 et 2006 de l'Insee, traitement CREDOC 2009

La part du budget culturel des jeunes consacrée aux sorties (cinéma, spectacle vivant, musée et autres) a diminué entre 2001 et 2006, passant de 19,1% à 13,9% pour les moins de 25 ans, et de

12,7% à 10,7% pour les 25-34 ans. Ces fluctuations budgétaires ne remettent pas en cause le fait que les activités à l'extérieur du domicile restent le mode de loisir privilégié des jeunes.

Le rythme de sortie des jeunes de moins de 25 ans est très régulier et deux fois plus intense que la moyenne des Français : 70% d'entre eux font au moins une sortie par semaine. Sur longue période, cette pratique ne s'érode pas.

Graphique 40 : Part des Français qui sortent le soir au moins une fois par semaine



Source PCF, DEPS, 2009 - <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat.php>

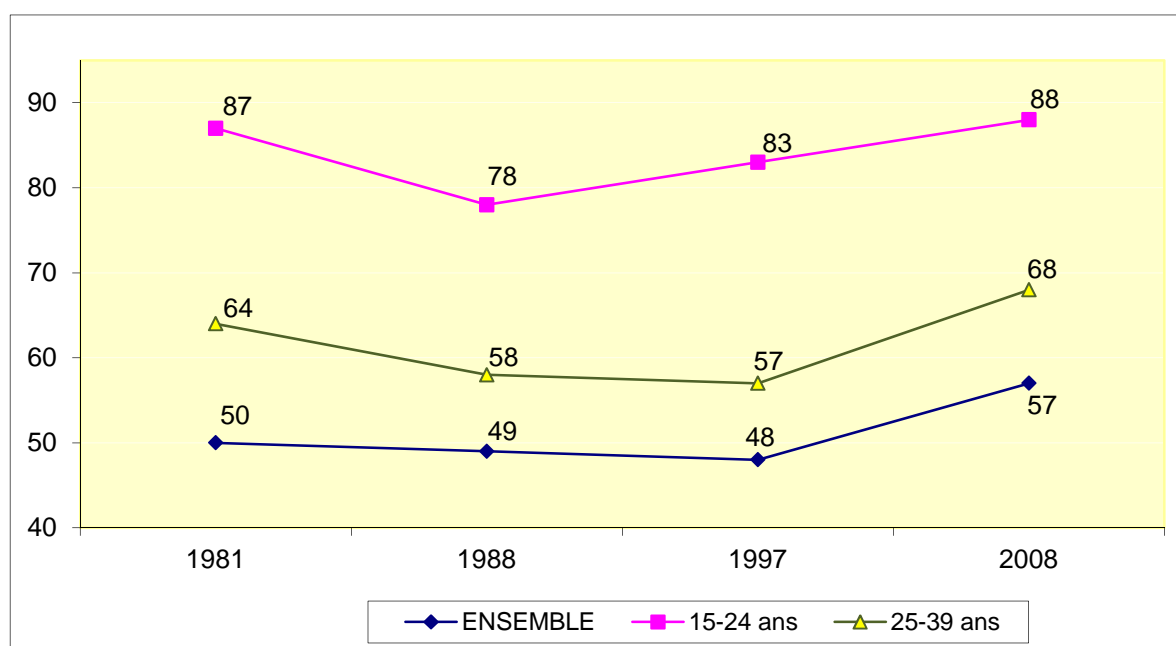
3.1.3.2. La sortie au cinéma, pratique juvénile par excellence

On avait pu craindre, dans les années 80, que la diffusion des films enregistrés en vidéo-cassettes (type VHS) détournerait les Français des salles de cinéma. De fait, une baisse de fréquentation s'est faite sentir parmi les jeunes générations (les moins de 40 ans) dans les années 80. Mais au cours des années 2000, la part des Français allant au cinéma est repartie à la hausse et les jeunes, en particulier, ont retrouvé des niveaux de fréquentation très élevés (88% des 15-24 ans, 68% des 25-39 ans). La modernisation des salles (multiplexes notamment) et les innovations technologiques (animation, 3D) ont stimulé la diffusion cinématographique. Au vu des niveaux de dépenses des jeunes pour le cinéma en 2006, on peut penser que le développement du visionnage des films chez soi (via le DVD et plus récemment le téléchargement) n'a pas fortement concurrencé les sorties en salle. Chez les moins de 25 ans, il n'y a pas eu de baisse de la part du budget culturel consacrée au cinéma (5,4% en 2006 contre 5,5% en 2001). Parmi les 25-34 ans, cette part a plutôt augmenté (3,5% en 2006 contre 3% en 2001).

Aller voir un film entre amis reste, pour les jeunes, la forme de sortie la plus répandue. La fréquentation du cinéma est majoritairement une « pratique juvénile » : les chiffres du CNC indiquent que la moitié du public du cinéma a moins de 35 ans, et que ce sont les 20-24 ans qui ont la pratique la plus intense (en nombre d'entrées moyen par classe d'âge). Au-delà de cette classe d'âge, la fréquence de sortie au cinéma diminue à mesure que l'on avance en âge¹¹⁹.

Toutefois, l'enquête « Participation culturelle et sportive » de l'INSEE de 2003¹²⁰ laisserait apparaître « l'amorce d'un effet générationnel négatif » parmi la génération de jeunes nés entre 1985 et 1994¹²¹. De fait, les moins de 35 ans étaient proportionnellement moins nombreux en 2006 qu'en 1997 à se rendre au moins une fois par mois dans une salle de cinéma¹²². En réalité, dans le détail (chiffres CNC), ce sont les 25-34 ans qui ont un peu réduit leur fréquentation au cours des années 2000, à la différence des 15-24 ans pour lesquels elle est restée stable.

Graphique 41 : Part des Français qui sont allés au cinéma au moins une fois au cours des 12 derniers mois



Source PCF, DEPS, 2009 - <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat.php>

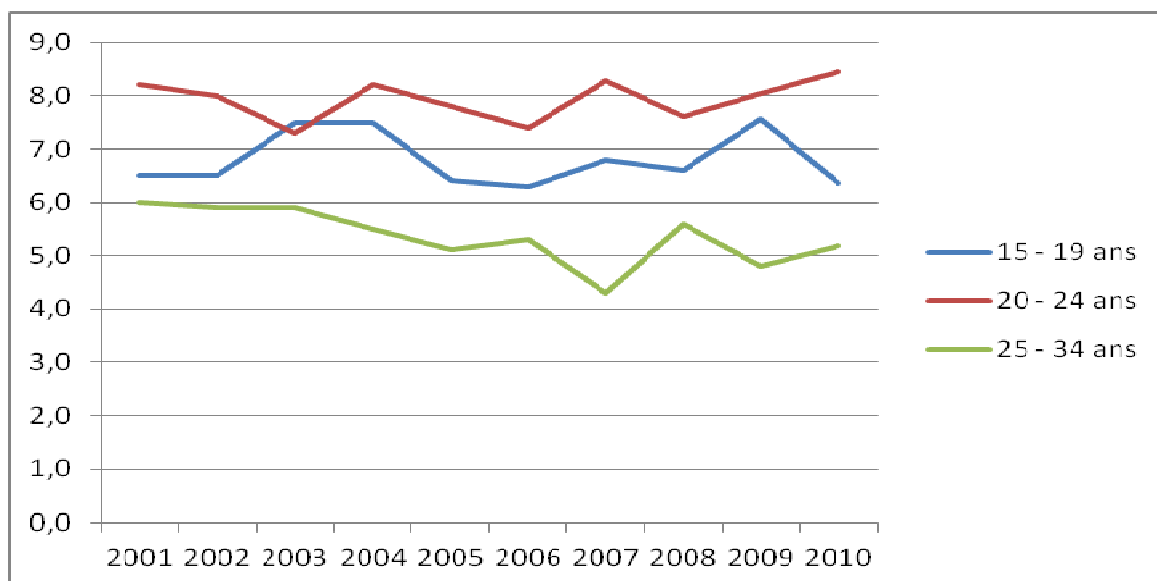
¹¹⁹ Donnat O., Levy F., Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques, Département des études, de la prospective et des statistiques du Ministère de la culture et de la Communication, juin 2007

¹²⁰ Muller L., Pratique sportive et activités culturelles vont souvent de pair, Insee Première, 2005

¹²¹ Donnat O., Levy F., Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques, Département des études, de la prospective et des statistiques du Ministère de la culture et de la Communication, juin 2007

¹²² Donnat O., Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, Ministère de la Culture et de la Communication, La Découverte, Paris, 288p., 2009

Graphique 42 : Nombre moyen d'entrées par an au cinéma par classe d'âge



Source CNC 2011

3.1.3.3. La sortie au concert, une pratique de divertissement très active

D'après l'enquête permanente sur les conditions de vie de l'Insee de 2005, le taux de fréquentation annuelle du concert s'élève à 43% chez les élèves et étudiants¹²³ contre 31% dans l'ensemble de la population. Derrière le cinéma, le concert vient au deuxième rang des sorties de divertissement des jeunes. Aux concerts de chanteurs et musiciens en salle, il faut ajouter les très nombreux festivals de musique, mais aussi les sorties en boîtes de nuit associées également à l'univers de la musique.

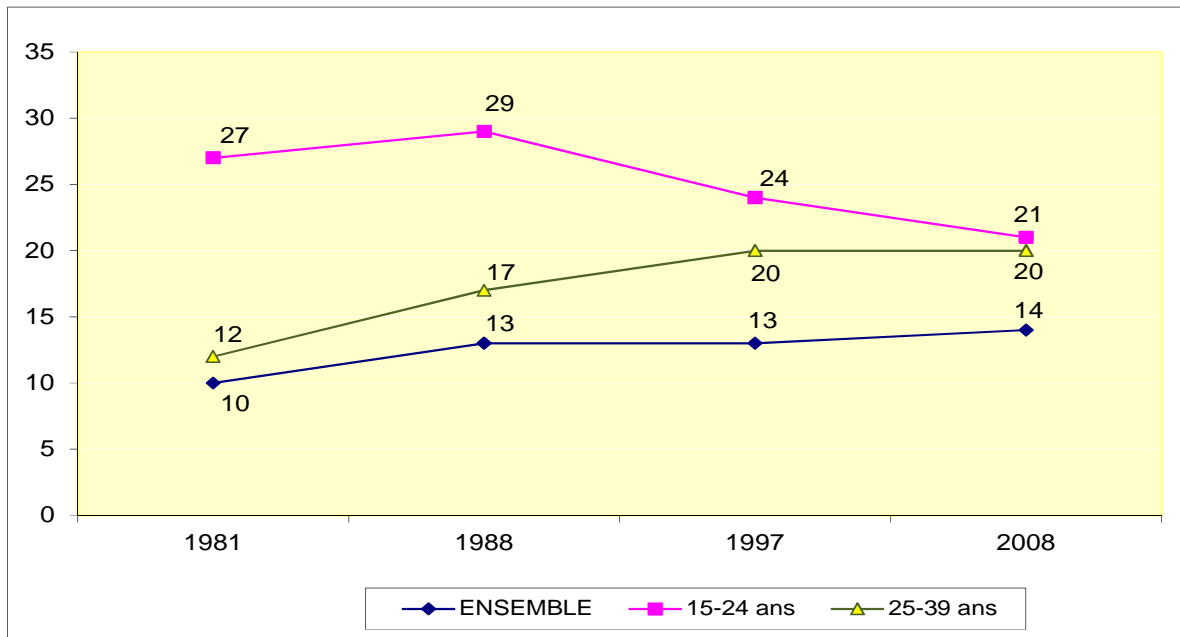
Comme pour le film, le développement de la diffusion *via* les supports numériques n'a pas pour effet de réduire la fréquentation des salles de concert et des festivals. On peut même penser que pour les musiques actuelles (variétés, pop, rock et musiques du monde) qui mêlent les registres de la culture et du divertissement, les deux modes de consommation, individuel et collectif, se renforcent l'un l'autre.

Il n'en va pas de même de la sortie au concert de musique classique, plus élitiste, pour laquelle on note une nette érosion de la fréquentation des moins de 40 ans au cours des années 2000.

Sur les vingt dernières années, les différences d'évolution des taux de fréquentation des 15-24 ans (à la baisse) et des 25-39 ans (à la hausse) peut s'expliquer par le renchérissement du prix d'entrée des concerts dont le coût est nettement plus élevé que celui du cinéma.

¹²³ Si la catégorie des élèves et étudiants ne recoupe pas exactement celle des jeunes de moins de 30 ans, ces deux catégories se rejoignent cependant très étroitement pour les moins de 25 ans.

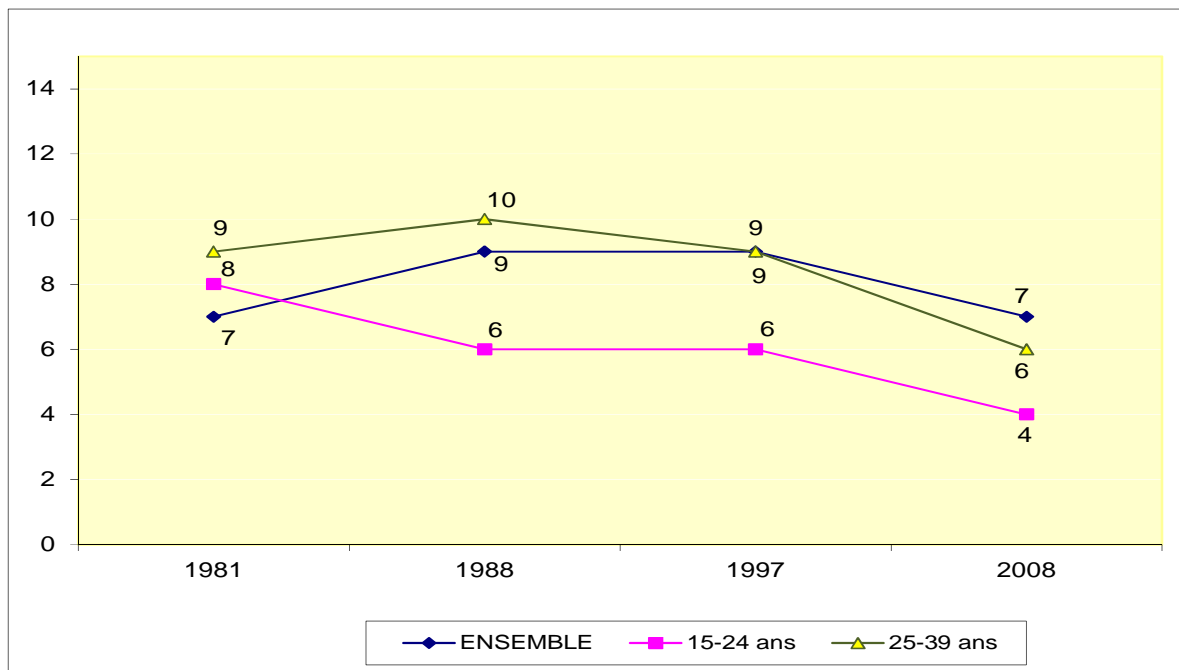
Graphique 43 : Part des Français qui ont assisté a un concert de rock ou jazz au cours des 12 derniers mois



Sou

Source PCF, DEPS, 2009 - <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat.php>

Graphique 44 : Part des Français qui ont assisté a un concert de musique classique au cours des 12 derniers mois



Source PCF, DEPS, 2009 - <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat.php>

3.1.3.3. Le musée, du registre scolaire à l'attraction événementielle

La moitié des jeunes qui sont en scolarité, élèves ou étudiants, visite un musée ou une exposition au moins une fois dans l'année, contre 39% pour l'ensemble de la population (Insee SRCV). C'est la marque que la culture de référence est incorporée par la majorité des jeunes d'abord au cours des cursus de la formation initiale.

Néanmoins, la découverte des œuvres consacrées par les collections muséales connaît une certaine régularité au cours du cycle de vie. Olivier Donnat et Florence Lévy, dans leur analyse générationnelle des pratiques culturelles, soulignent que l'âge ne joue pas un « grand rôle dans le niveau de la pratique muséale : les taux de pratique de chaque génération sont globalement stables au cours de leur cycle de vie »¹²⁴. Ceci explique que le niveau de pratique soit plutôt stable depuis 20 ans, pour les jeunes comme pour le reste de la population française.

Il faut rappeler que si la fréquentation des musées tend à croître, c'est principalement, au moins pour les plus attractifs, du fait de la croissance du tourisme international, et plus particulièrement des flux de touristes issus des pays émergents ¹²⁵. Cet aspect renvoie à une autre tendance qui favorise la découverte des musées par les jeunes. En effet, la visite des musées s'inscrit de plus en plus souvent dans les activités pratiquées au cours des voyages à l'étranger dans les grandes villes culturelles. Si bien que les jeunes, tout particulièrement, ont plus de chance d'aller au musée au moins une fois dans l'année du fait de leurs voyages que dans leur environnement résidentiel.

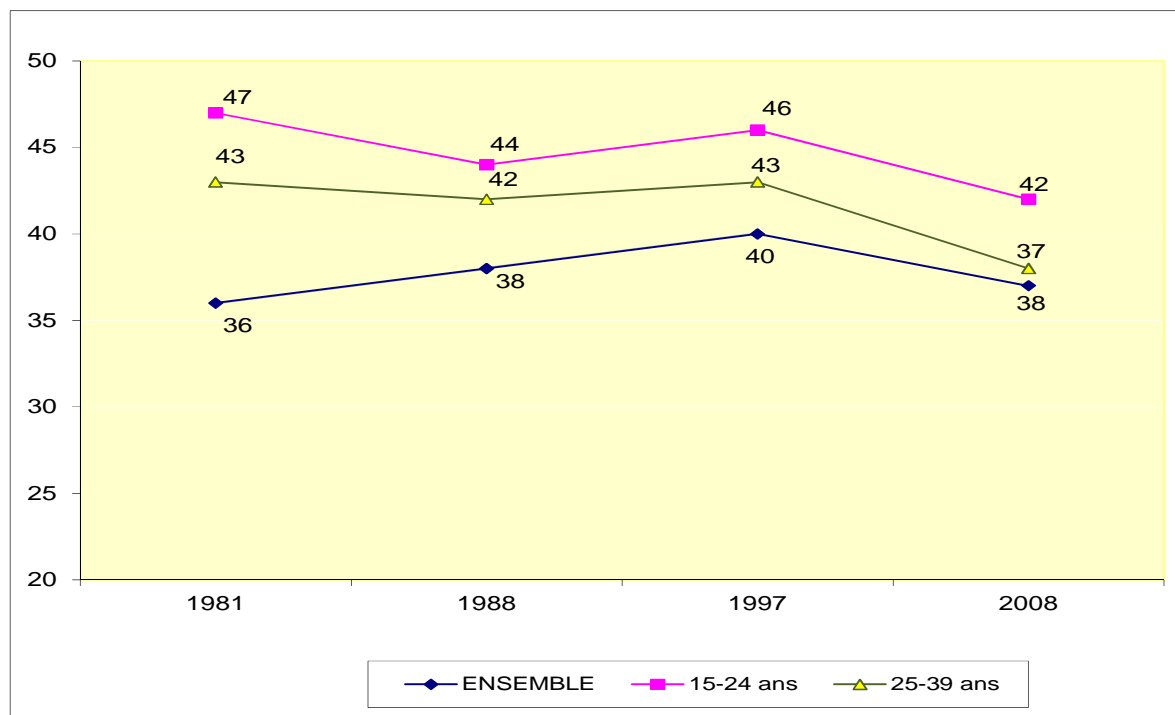
Néanmoins, le renouvellement très actif de l'offre des musées en France, tant du fait des rénovations que des créations de nouveaux musées, et d'une offre plus résolument événementielle (à travers les expositions et des manifestations diverses comme les journées du patrimoine ou la nuit des musées), ont pour effet d'inscrire la sortie des musées dans l'éventail des sorties culturelles des jeunes, plus spécialement pour les étudiants (les études supérieures étant un puissant activateur de l'intérêt porté à une pratique culturelle encore perçue comme élitiste). Si la visite au musée devient un lieu de sortie, notamment dans le cadre des nocturnes des grands musées nationaux qui font bénéficier les jeunes de moins de 25 ans d'un accès gratuit, elle est aussi déclenchée par des préoccupations plus utilitaristes, en relation avec des stratégies scolaire et professionnelle. C'est ce que montre une étude réalisée par le CREDOC pour évaluer l'expérimentation de la gratuité ciblée en direction des jeunes âgés de 18 à 25 ans dans quatre grands musées nationaux. Pour des étudiants et des jeunes professionnels au

¹²⁴ Donnat O., Lévy F., Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques, Département des études, de la prospective et des statistiques du Ministère de la culture et de la Communication, juin 2007, p. 19

¹²⁵ Cf. Maresca, Le renouveau des musées, et Le Louvre 4pages, Tourisme étranger 4 pages.

capital social et culturel limité, la fréquentation des musées est utilisée clairement comme moyen d'acculturation pour s'insérer dans des milieux où la bagage culturel fait la différence.

Graphique 45 : Part des Français qui ont visité un musée ou une exposition temporaire d'art au cours des 12 derniers mois



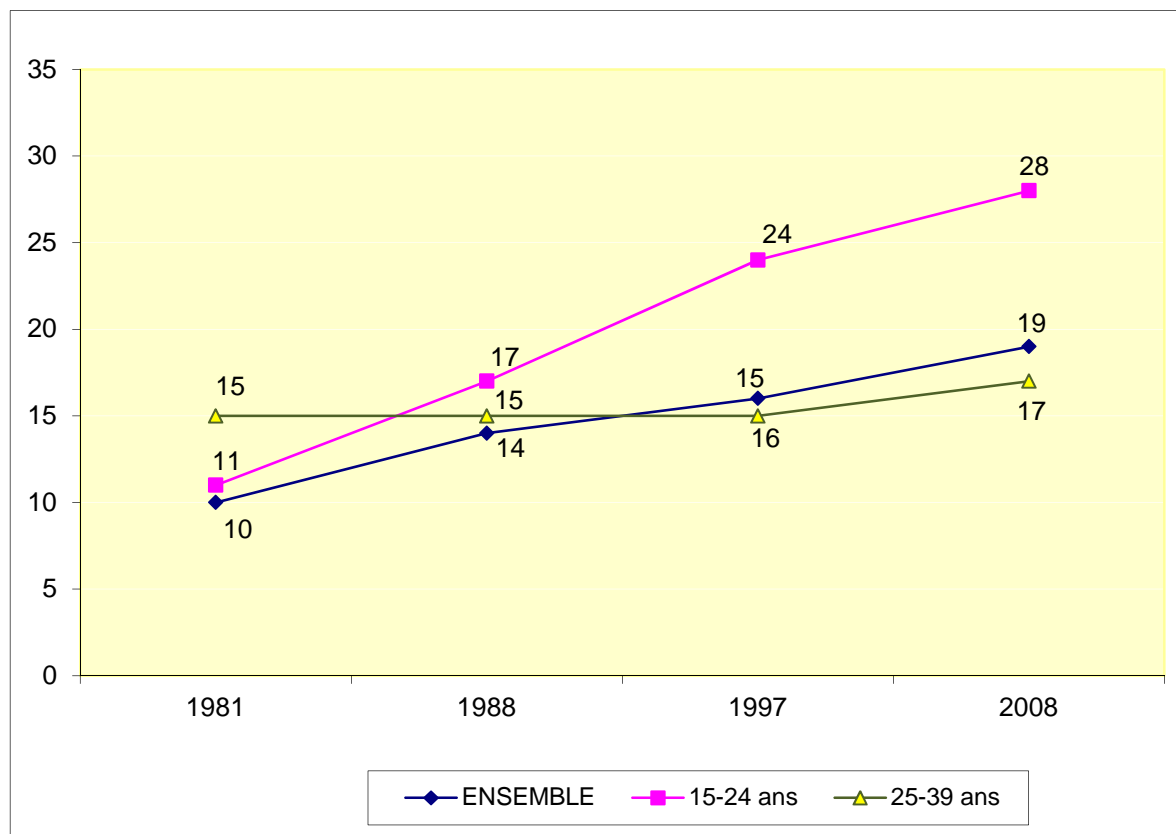
Source PCF, DEPS, 2009 - <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat.php>

3.1.3.4. La sortie au théâtre : stimulée également par la prescription scolaire

Comme la visite de musée, la sortie au théâtre est au cœur des pratiques cultivées que découvrent les adolescents entraînés par les groupes scolaires (au lycée notamment), puis ensuite par le biais des activités culturelles étudiantes. Les 15-24 ans ont un taux de fréquentation nettement supérieur à la moyenne : c'est le cas, en 2008 (enquête PCF), pour près de 40% des lycéens (39%) et près d'un tiers des étudiants (35%). La proportion des jeunes en cours de scolarité effectuant une sortie au théâtre au moins une fois au cours de l'année, s'est amplifiée au cours des trente dernières années, à la différence des autres classes d'âge.

Comme pour le musée, les lieux de vacances sont l'occasion pour les jeunes de découvrir des festivals de théâtre mais aussi des spectacles de rue qui sont particulièrement en phase avec la sociabilité festive qu'ils recherchent. Ce sont les étudiants les plus nombreux à s'intéresser à ce type de spectacles vivants (50%, en 2008, y ont participé au moins une fois dans l'année), qui sont le plus souvent gratuit.

Graphique 46 : Part des Français qui sont allés au théâtre au cours des 12 derniers mois



Source PCF, DEPS, 2009 - <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat.php>

Si les dépenses concernant les musées et expositions pèsent peu de choses dans le budget des jeunes, en raison notamment de mesures de gratuité assez étendues, les dépenses pour le spectacle vivant (théâtres et concerts principalement) sont d'un montant annuel un peu supérieur à celles pour le cinéma (50€ et 42€ pour les moins de 25 ans, 40€ et 36€ pour les 25-34 ans). Particulièrement révélateur de l'importance donnée aux sorties par ceux qui disposent de beaucoup de temps libre, les jeunes de moins de 25 ans majoritairement en formation dépensent plus que la classe d'âge qui entre dans la vie active.

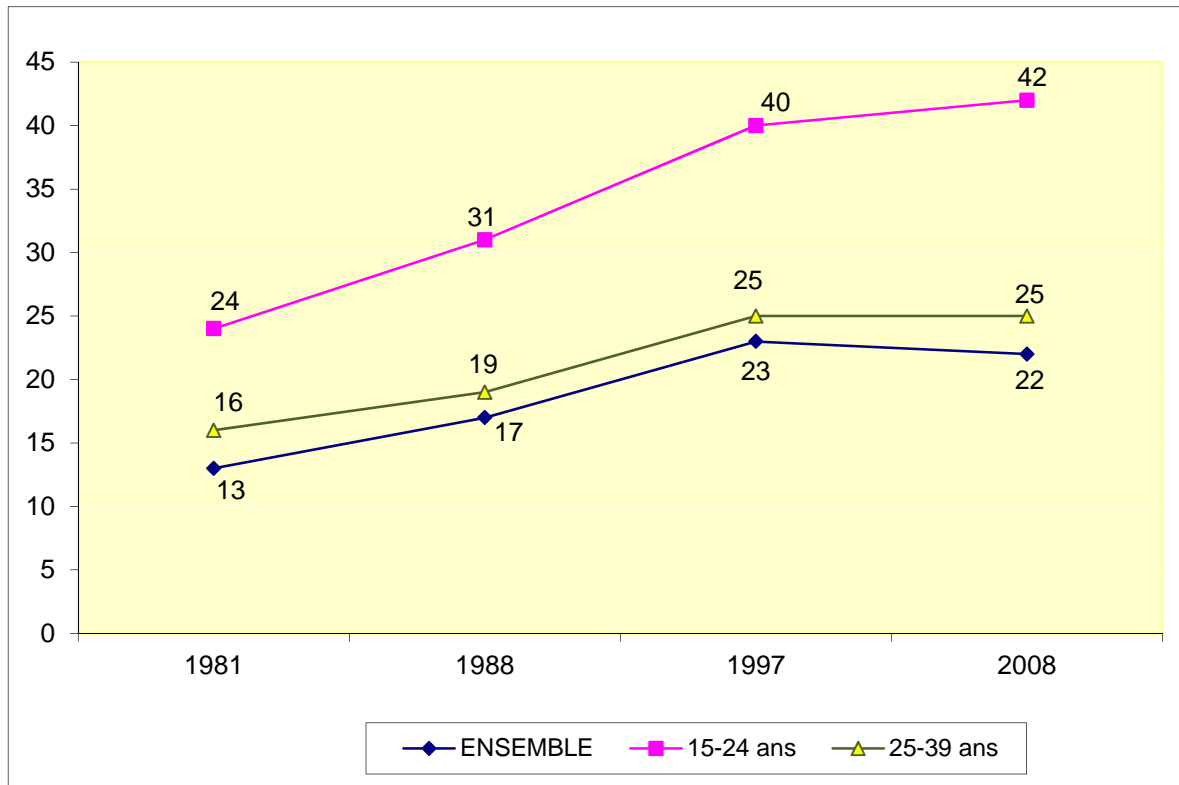
Dans le détail, il faut noter que parmi les jeunes, les femmes ont un niveau de dépenses pour le spectacle vivant plus de deux fois supérieur à celui des hommes (75€ contre 31€ dans la tranche d'âge des moins de 35 ans), ce qui n'est pas le cas pour le cinéma (56€ et 47€ respectivement). La socialisation à travers les formes consacrées de la culture de référence, qu'il s'agisse de la littérature, du théâtre, ou encore des formations artistiques, prend beaucoup plus de place dans la construction sociale des femmes, et ce processus vaut toujours dans les nouvelles générations.

3.1.4. L'importance des activités artistiques et associatives pratiquées en amateur, une particularité des dépenses des jeunes

Les dépenses pour des activités artistiques et associatives pratiquées en amateur ont une place conséquente dans le budget culturel des jeunes, du fait de l'importance qu'elles occupent dans les investissements qui relèvent du temps des apprentissages. Les moins de 25 ans comme les 24-35 ans ont dans ce domaine un niveau de dépenses plus élevé que la moyenne, soit 12,9% du budget culture-media des 15-25 ans, et 13,1% des 25-34 ans, contre 10,4% en moyenne.

Les apprentissages artistiques sont investis majoritairement par des enfants scolarisés dans le primaire et au collège. A partir du lycée, ces pratiques commencent à régresser, concurrencées par un investissement scolaire plus intense. Mais c'est principalement l'entrée dans la vie active qui fait chuter le temps passé à se former dans des pratiques artistiques en amateur. Dans ce domaine, la rupture entre le temps de la formation et celui du travail reste radicale. En France, on ne sait pas faire vivre des espaces d'activités artistiques amateur qui valoriseraient des temps d'apprentissage souvent conséquents. Les acquis de l'enfance sont dès lors souvent perdus, alors qu'ils pourraient stimuler des formes d'expression qu'apprécient les jeunes, hors des circuits commerciaux et donc accessibles à un plus grand nombre.

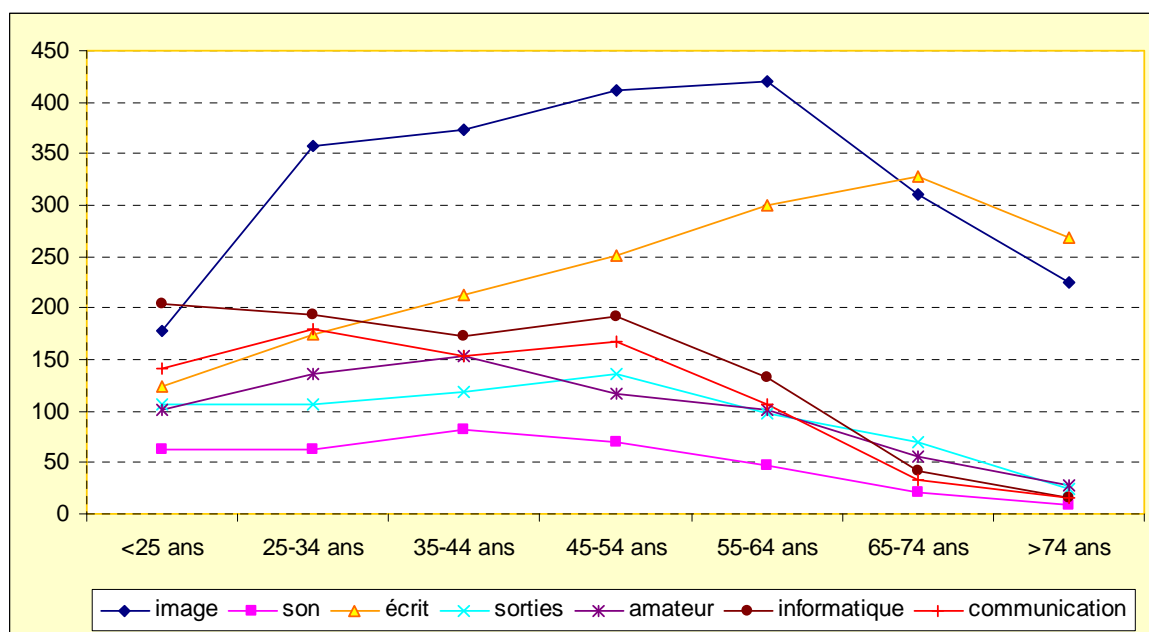
Graphique 47 : Part des Français qui ont pratiqué en amateur une activité artistique autre que musicale au cours des 12 derniers mois



Source PCF, DEPS, 2009 - <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/08resultat.php>

Le balayage des pratiques culturelles et des niveaux de consommation par classes d'âge fait apparaître les spécificités des individus que l'on range dans la catégorie « jeunes ». Ces pratiques font bien apparaître ce qui caractérise cette classe d'âge, notamment l'aspiration à l'autonomie, qui s'épanouit à travers les multiples équipements permettant la consommation des supports numériques, et le besoin de socialisation entre les pairs *via* les sorties. Le développement des NTIC, qui renouvellent profondément le marché des matériels et les modes de consommations culturels, épousent ces dispositions des jeunes à l'égard de la culture. Elles les amplifient, dans la mesure où les accès via Internet favorisent aussi bien l'autonomie individuelle que le fonctionnement en réseau avec les pairs d'une manière bien plus large que dans le seul voisinage résidentiel.

Graphique 48 : Le volume des dépenses par poste selon l'âge (en valeur, en euros 2006)



Source : CREDOC (2009), traitement de l'enquête Budget des familles 2006 de l'Insee

3.2. Le budget culturel des jeunes en forte évolution

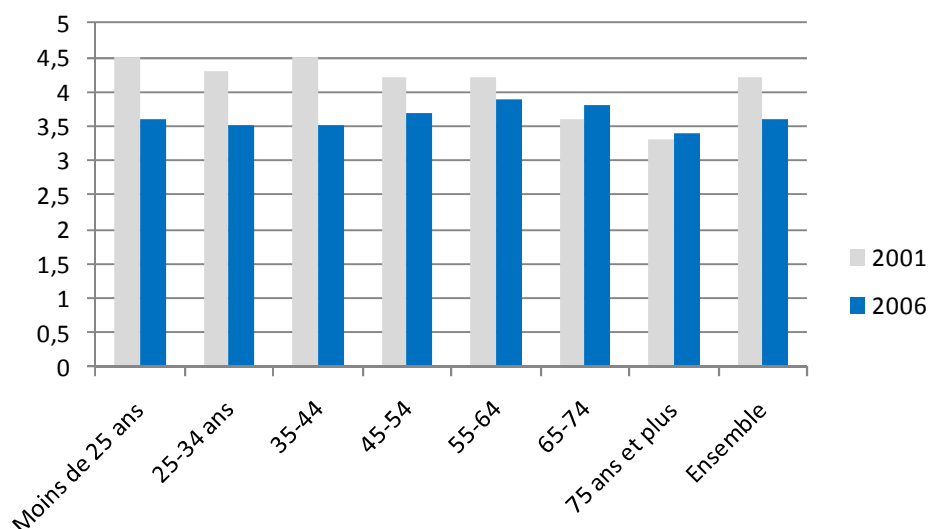
Le CREDOC a procédé à l'analyse de l'évolution entre 2001 et 2006, du budget consacré par les Français à leurs consommations culturelles et de loisir, à partir des enquêtes Budget des Familles de l'INSEE. La comparaison entre ces deux vagues permet de mesurer l'influence sur les consommations culturelles de la pénétration d'Internet dans les foyers français, notamment chez les jeunes. Entre ces deux dates, deux changements majeurs sont survenus.

Tout d'abord, on est passé d'une phase d'embellie économique à l'amorce de la crise, se traduisant en 2006 en particulier, par des inquiétudes sur le pouvoir d'achat. Parallèlement, la première moitié des années 2000 correspond à la diffusion accélérée des connexions Internet dans les foyers et à l'essor des pratiques qu'elles autorisent. Ces deux dynamiques ont des effets directs sur le degré d'investissement des jeunes dans les consommations culturelles.

3.2.1. Les dépenses culturelles des jeunes transformées par le développement du numérique

Effet direct de la conjoncture, la contraction de la part du budget consacrée à la culture est très marquée dans les classes d'âge de la première moitié du cycle de vie, c'est-à-dire parmi les jeunes inactifs, les jeunes actifs et les ménages ayant des enfants et des adolescents (les moins de 45 ans).

Graphique 49 : Evolution de la part des dépenses culture-médias dans les dépenses totales des ménages entre 2001 et 2006, en fonction de l'âge du chef de ménage



Source : CREDOC (2009), traitement des enquêtes Budget des familles 2001 et 2006 de l'Insee

Tout d'abord, les consommations culturelles appartenant, avec les loisirs et les vacances, aux registres les plus faciles à contraindre, les ménages qui perdent du pouvoir d'achat ont pour réflexe de réduire leurs dépenses dans ce domaine. Néanmoins, la diffusion des produits culturels sur supports numériques a provoqué, parallèlement, une réduction des dépenses en biens et services culturels du fait des formes d'accessibilité et des niches de gratuité que les jeunes, en particulier, trouvent sur le Net.

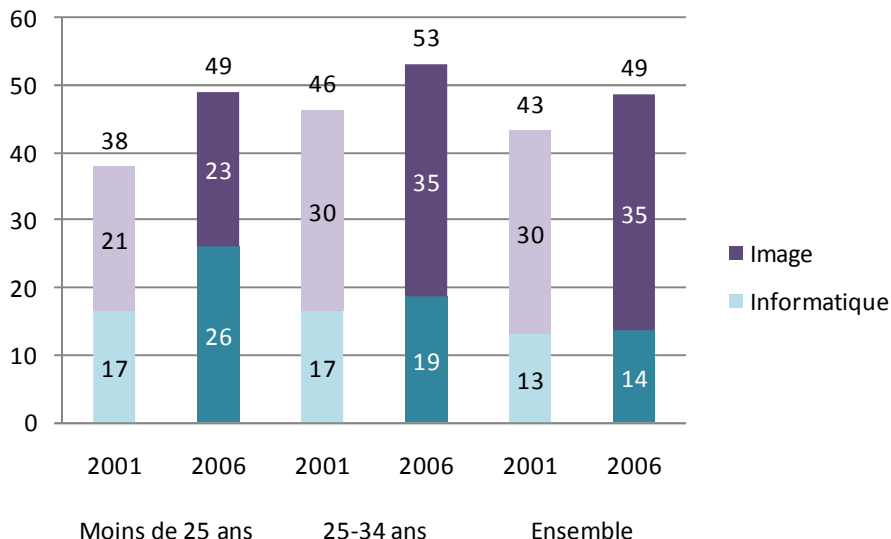
Ce résultat met également en lumière une différence fondamentale entre les pratiques culturelles qui se déploient au domicile – renouvellement des équipements et consommations de supports culturels - et celles qui se déploient en dehors, les sorties culturelles ou de divertissement, les apprentissages et les activités associatives principalement (auxquelles il faudrait rajouter les voyages). Les premières sont dynamisées par les mutations technologiques qui renforcent la « culture de l'écran » : cette évolution est très active au niveau des jeunes et, dans ce registre, la sensibilité au revenu est relative. Les secondes conservent des formes traditionnelles qui sont très influencées par le niveau de ressources des ménages, d'autant que les prix d'accès aux établissements culturels ont tendance à croître plus vite que l'inflation.

3.2.2. Une consommation culturelle dominée par l'ordinateur

Les dépenses liées à l'équipement télévisuel et à l'informatique permettent de mesurer le degré d'affinité avec la culture de l'écran et son expansion. Les jeunes, comme le reste de la population, consacrent la moitié de leur budget culturel à des dépenses liées aux écrans télévisuels et informatiques, alors que la part du budget culturel consacré aux écrans

n'atteignaient en 2001 que 38% chez les moins de 25 ans, 46% chez les 25-34 ans et 43% pour l'ensemble des ménages.

Graphique 50 : Evolution des dépenses liées aux écrans (télévisuels et informatiques) des jeunes entre 2001 et 2006¹²⁶



Source : CREDOC (2009), traitement des enquêtes Budget des familles 2001 et 2006 de l'Insee

Parmi les jeunes, les structures de consommation des moins de 25 ans et celle des plus de 25 ans sont nettement différentes. Les plus jeunes investissent lourdement dans le numérique (micro-informatique, jeux-vidéo), alors que les plus âgés s'équipent en matériels et services audiovisuels. En valeur absolue, les moins de 25 ans sont la classe d'âge qui dépense le plus en informatique et multimedia (204€ en 2006 contre 135€ en moyenne). En revanche, les jeunes de plus de 25 ans dépensent deux fois plus que les plus jeunes dans le registre télévisuel (357€ versus 178€), soit autant que les autres classes d'âge (349€ en moyenne).

L'évolution au cours des années 2000 fait apparaître un net accroissement des dépenses informatiques des plus jeunes, qui rend compte de deux tendances qui se cumulent, un effet lié au cycle de vie et un effet générationnel. Tout se passe comme si les jeunes qui sont encore en formation et pas encore installés dans un logement stabilisé, privilégiaient les équipements nomades favorisant la communication, le jeu, mais aussi l'investissement studieux. En revanche, passé 25 ans, l'investissement dans l'équipement du foyer prend le dessus et l'entrée dans la vie active contribue à changer le rythme de vie et à donner plus de place à la télévision et aux différents accès culturels qu'elle autorise (abonnements aux chaînes et vidéo).

¹²⁶ Les dépenses « Image » rassemblent les dépenses en équipement télévisuel, abonnements télévisuels, magnétoscope et vidéo, et services pour l'audiovisuel. Les dépenses « Informatique » rassemblent les dépenses en micro-informatique et en jeux-vidéo.

On peut, par ailleurs, regarder la concurrence entre les types d'écran – ordinateurs, tablette, smartphone, écran plat télévisuel, home cinéma...- comme un processus générationnel qui fait évoluer les pratiques culturelles et de divertissement qui leur sont associées. La comparaison des enquêtes Pratiques Culturelles des Français de 1997 et 2008 indique que le temps consacré à la télévision tend pour la première fois à diminuer dans les classes d'âge les plus jeunes, indice d'un changement de comportement des jeunes générations. Les 15-24 ans de 2008 ont une durée hebdomadaire de consommation de la télévision inférieure de deux heures à celle des 15-24 ans de 1997¹²⁷. Ces deux pratiques étant également chronophages, les jeunes privilégient clairement le vecteur Internet et les nouveaux écrans qui permettent de se connecter. Sur ceux-ci, ils regardent des émissions de télévision et des films, écoutent de la musique ainsi que la radio, lisent la presse, jouent à des jeux en ligne, investissent les réseaux sociaux, etc. Le nomadisme que permet les nouveaux équipements numériques portables l'emportent sur la recherche de la qualité sonore et visuelle, et la recherche du confort. Ensuite, quand les jeunes deviennent actifs et s'installent dans une vie régulière, les préoccupations du confort reprennent progressivement de l'importance.

Il est manifeste que la culture de l'image et de l'écran qui renvoie aussi bien au ludique (jeux-vidéo) qu'au récréatif (films) et à la sociabilité interactive (réseaux sociaux) est devenue, pour les nouvelles générations, une alternative plus stimulante que la consommation plus passive des programmes télévisuels. Pour les jeunes, son développement est aussi une réponse à la contrainte de la faiblesse du revenu, qui freine l'épanouissement du loisir dans des pratiques actives extérieures¹²⁸. De ce point de vue, l'extraordinaire développement des activités qui se pratiquent sur le Net engagent des mutations profondes dans les formes de la sociabilité juvénile.

3.2.3. Les nouvelles technologies stimulent les consommations culturelles

La question de l'impact de l'essor des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC) sur les consommations culturelles concerne tout particulièrement la classe d'âge des moins de 30 ans, principale utilisatrice de l'internet et des nouveaux écrans¹²⁹.

Contrairement à ce que l'on aurait pu penser, le développement des NTIC dans l'ensemble de la société, et tout particulièrement chez les jeunes, ne s'est pas fait au détriment des

¹²⁷ Donnat O., Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, Ministère de la Culture et de la Communication, La Découverte, Paris, 288p., 2009

¹²⁸ Maresca B., Occupation du temps libre, une norme inégalement partagée, p 52

¹²⁹ Donnat O., Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, Ministère de la Culture et de la Communication, La Découverte, Paris, 288p., 2009

dépenses culturelles. Certains secteurs en ont certes pâtit, notamment celui des supports musicaux (CD, chaînes Hi-Fi...), mais globalement l'ensemble des consommations culturelles des jeunes se sont maintenues, si l'on corrige les impacts de la conjoncture et ses répercussions sur la propension à consommer. Les alarmes des industries culturelles qui stigmatisent le piratage des œuvres sur le Net pour expliquer la division par deux des ventes de musique et de vidéo depuis 2000, sont insuffisantes pour rendre pas compte des mutations en cours.

Les analyses des enquêtes Budget des Familles de 2001 et 2006 de l'Insee réalisées par le CREDOC montreraient plutôt que l'essor des NTIC, dont on a craint qu'elles soient le fossoyeur des industries culturelles, a un effet moteur sur les consommations culturelles¹³⁰.

Ce sont les ménages équipés d'une connexion à Internet, notamment les internautes de moins de 30 ans, qui dépensent le plus en biens et services culturels. Les jeunes internautes dépensent ainsi en moyenne 50€ pour des achats de CD audio contre 36€ pour les non-internautes de la même tranche d'âge, et 105€ en livres et BD contre 40€ pour les moins de 30 ans non-internautes. Même s'ils profitent d'effets d'aubaine permis par la numérisation, les internautes ont des dépenses culture-médias plus élevées que la moyenne, et ce toutes choses égales par ailleurs. En effet, en isolant des variables sociodémographiques le critère internautes *versus* non-internautes, il apparaît que la possession d'une connexion Internet a un effet positif propre sur l'ensemble des dépenses en CD, DVD, jeux-vidéo mais aussi, de façon très marquée, sur les dépenses pour les sorties culturelles et les achats de livres.

Ce constat selon lequel les internautes ont un niveau de dépenses culturelles plus élevé que la moyenne se lit également dans les résultats des enquêtes Pratiques culturelles des Français du ministère de la Culture. L'enquête de 2008 montre en effet que la probabilité d'avoir été au cours des douze derniers mois dans une salle de cinéma, un théâtre ou un musée ou d'avoir lu un nombre important de livres augmente régulièrement avec la fréquence des connexions à l'Internet¹³¹.

Il ne faut pas y voir un effet de causalité directe, mais plutôt un processus d'entraînement qui participe de la loi du cumul, prépondérante dans le champ de la consommation des biens qui ne sont pas de première nécessité. Les individus les plus concernés par les biens culturels sont aussi ceux qui valorisent le plus le potentiel d'exploration et de communication des vecteurs numériques.

¹³⁰ Maresca B., Les dépenses culture-médias des Français au milieu des années 2000, CREDOC, 2009.

¹³¹ Donnat O., Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, Ministère de la Culture et de la Communication, La Découverte, Paris, 288p., 2009

3.2.4. La pratique de la lecture plutôt favorisée par les pratiques numériques

Parmi l'ensemble des pratiques culturelles, celle de la lecture a longtemps été considérée comme la plus menacée par les NTIC. Néanmoins, l'enquête du CREDOC sur la fréquentation des bibliothèques municipales en France montre qu'il y a superposition entre un usage important d'Internet pour les recherches documentaires et la fréquentation des médiathèques¹³². Fin 2005, si 45% des Français disposaient ainsi d'une connexion à Internet dans leur foyer, cette proportion atteignait 55% parmi les usagers des bibliothèques. De la même manière, la lecture de livres chez les moins de 35 ans reste importante en dépit de leur intense consommation de supports numériques.

Quand bien même, tendanciellement, la lecture quotidienne de journaux et le nombre de livres lus continuent de baisser, cette tendance est bien antérieure à l'arrivée d'Internet, mais aussi que la lecture se déporte sur de nouveaux supports, comme la presse gratuite, les actualités sur le Net et toutes sortes de documents qui sont lus sur écran.

Néanmoins des transformations structurelles sont à l'œuvre qui ont des répercussions notables sur l'économie de l'édition. La numérisation des supports écrits progresse différemment selon le type d'ouvrage. En effet, si le livre de divertissement reste du côté du papier, le livre utilitaire (livre pratique, ouvrage consulté dans le cadre des études...) bascule progressivement du côté des supports numérisés. Les données de l'Observatoire de la vie étudiante montrent que la lecture de divertissement est plutôt en progrès chez les étudiants alors que la lecture studieuse de livres et de revues tend à régresser¹³³. Des évolutions sont en cours, qui conduiront à établir des distinctions plus marquées entre les livres que l'on lit par plaisir, que l'on échange et que l'on achète pour les conserver un temps, et les documents que l'on a besoin de lire, auquel l'attachement est moindre et pour lesquels l'emprunt en bibliothèque, et désormais le téléchargement, représentent des options plus satisfaisantes.

3.2.5. Un impact encore incertain sur les sorties

Si les jeunes privilégient toujours les sorties qui permettent de se rencontrer « physiquement », le développement d'une sociabilité très active depuis son domicile *via* les réseaux numériques est une mutation importante. Sur ce point, il est encore difficile d'apprécier si l'apparition des réseaux sociaux peut entraîner un processus de substitution, au point de faire régresser la nécessité des rencontres *de visu*, ou si elle va stimuler

¹³² Maresca B., Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet. Attractivité, fréquentation et devenir, Paris, Bibliothèque publique d'informatique, 290 p., 2007

¹³³ Maresca B., Les bibliothèques municipales en France après le tournant Internet. Attractivité, fréquentation et devenir, Paris, Bibliothèque publique d'informatique, 290 p., 2007

l'élargissement des cercles et les occasions d'échanges. Pour le moment, tout laisse penser que ces processus enrichissent les échanges en conduisant à multiplier des registres très différents de communication.

Les arbitrages imposés par la place prise par les pratiques numériques, eut égard au temps qui leur est consacré, nuisent davantage aux pratiques de loisir d'intérieur, comme l'écoute de la télévision ou la lecture d'imprimés, plutôt qu'aux sorties culturelles¹³⁴.

Les chiffres de la fréquentation des salles de cinéma vont dans ce sens. L'analyse générationnelle menée à partir des quatre vagues d'enquête sur les pratiques culturelles des Français¹³⁵ montre que l'essor des pratiques numériques, notamment le visionnage des films sur l'ordinateur, n'a eu pour l'instant que peu d'impact sur la fréquentation des salles de cinéma. Cependant, le taux de pratique annuelle qualifiée de « fréquente » (au moins trois fois par an), enregistre une légère baisse dans la génération des jeunes nés entre 1985 et 1994 par rapport au taux de fréquentation des générations précédentes au même âge. Faut-il y voir une érosion imputable au développement de l'offre numérique, renforcée par le renchérissement du prix d'entrée dans les salles de cinéma ? Cette question sur laquelle se penche le Centre national du cinéma mérite d'être posée.

Toutefois, si les pratiques numériques sont susceptibles d'entrer en concurrence avec les sorties des jeunes, ne serait-ce que par le temps qui leur ai consacré, Internet peut également jouer un rôle moteur pour les sorties culturelles, par la découverte de lieux et d'évènements, la réservation de places, etc. C'est ce que souligne l'étude du CREDOC sur la place d'Internet dans les sorties culturelles et de loisirs¹³⁶. Il apparaît que la consultation d'Internet est devenue un mode d'information privilégié pour l'ensemble des sorties culturelles, notamment le cinéma et le concert. Au lieu de concurrencer les canaux d'informations traditionnels, Internet amplifie leur rayonnement, notamment *via* les sites des établissements culturels. Les pratiques numériques fonctionnent comme un accélérateur du bouche à oreille, par le renvoi d'informations recueillies sur le Net au sein de réseaux déjà constitués (réseaux amicaux, comité d'entreprise, réseaux associatifs...), mais également par le biais des plates-formes de discussion entre internautes qui ne se connaissent pas au préalable et qui alimente puissamment la critique du public, largement valorisée aujourd'hui par les sites de diffusion commerciale.

Internet « ouvre le jeu » en permettant d'élargir le champ des sorties culturelles ou de loisirs à des offres dans des lieux qui ne sont pas connus au préalable, en permettant d'obtenir des informations à distance et de faire des réservations et des achats sans avoir

¹³⁴ Donnat O., Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique, Ministère de la Culture et de la Communication, La Découverte, Paris, 288p, 2009

¹³⁵ Donnat O., Levy F., Approche générationnelle des pratiques culturelles et médiatiques, juin 2007

¹³⁶ Maresca B., Van de Walle I., La place d'Internet dans les sorties culturelles et de loisirs, CREDOC, Cahier de Recherche n°233, 111 p, décembre 2006

à se déplacer. Pour les jeunes qui s'appuient fondamentalement sur le bouche-à-oreille entre pairs, Internet démultiplie les possibilités d'information au-delà des offres les plus médiatisées de la culture de référence proposée par les grandes institutions.

3.3. Les politiques culturelles en direction des jeunes

3.3.1. L'inégalité d'accès à certaines pratiques culturelles

Le suivi sur longue période qu'offre l'enquête sur les Pratiques culturelles des Français montre un certain recul chez les moins de 35 ans de l'écoute de la radio et de la télévision, de la lecture de quotidiens et de livres, de la fréquentation des bibliothèques, des concerts de musique classique, voire une légère baisse de la fréquentation des salles de cinéma chez les 25-34 ans. Ces évolutions sont fréquemment convoquées pour estimer qu'il est nécessaire de développer des politiques volontaristes d'accès à la culture en direction des jeunes.

Celles-ci sont justifiées par le fait que l'accès à la culture de référence, constitutive de l'identité collective, reste marqué par des inégalités très fortes, qui redoublent les inégalités sociales et plus particulièrement celles qui résultent des disparités de niveau d'études. En dépit d'efforts de médiation importants, la culture promue par les institutions publiques n'est d'accès « naturel » que pour les catégories supérieures de la population.

Dans le détail néanmoins, on constate que des pratiques culturelles se sont amplifiées dans toutes les catégories sociales, même si les écarts entre elles sont toujours très marqués. L'écoute régulière de la télévision, ainsi que de la musique, la fréquentation des bibliothèques (pour les femmes surtout), la sortie au concert (hors musique classique), et au spectacle vivant, la pratique d'activités artistiques en amateur, sont des pratiques qui ont progressé parmi les ouvriers et les employés autant que chez les cadres supérieurs. Pour d'autres, au contraire, comme l'intensité de la lecture, la fréquentation des musées, des concerts classiques, de l'opéra, la fréquentation n'a pas progressé, voire a régressé, et les clivages sociologiques n'ont pas été atténués. La dynamique de l'accessibilité est donc assez différente selon les domaines, au point que si l'explication classique des inégalités d'accès par la distinction fonctionne globalement, elle ne peut être la seule grille de lecture pour justifier l'intervention publique. Pour comprendre les dynamiques à l'œuvre dans la consommation des biens et services culturels, il faut admettre que certains registres sont plus ouverts socialement que d'autres, parce qu'ils ont la capacité de développer des offres plus ouvertes à la culture dite populaire (émissions de télévision, genres de musique, littérature de divertissement, pratiques amateur). En contrepoint, des registres comme la littérature, la conservation muséale, la musique savante sont, par essence, inscrit dans une dynamique de la distinction fortement élitiste.

L'amplification de la diffusion des œuvres, des biens et des services culturels qu'a provoqué l'essor des NTIC rebat en partie les cartes, en redonnant de la vigueur à des pratiques comme le courrier ou le débat, en amplifiant la circulation des œuvres, en favorisant l'apparition de nouvelles pratiques, notamment de création *via* les techniques numériques (par exemple dans les registres de la photographie et de la vidéo). Cette mutation a d'autant plus d'importance qu'elle influence tout particulièrement les pratiques des jeunes.

Les NTIC poussent au développement des usages sur écran sur des modes de plus en plus interactifs. Si les 15-24 ans ont réduit depuis la fin des années 90, le temps qu'ils passent devant la télévision, c'est qu'ils passent plus de temps sur leur ordinateur personnel à écouter de la musique, consulter des sites, dialoguer dans leur cercle et dans des réseaux, échanger des photos, regarder des DVD, jouer à des jeux-vidéo, etc.

Loin de détrôner la place qu'ont les jeunes comme gros consommateurs de produits culturels, l'expansion des accès numériques tend à diversifier les formes de culture que consomment les moins de 30 ans, à les exposer plus fortement à l'offre commerciale et à réduire tendanciellement la place occupée par la culture légitime. La prise en compte des pratiques non académiques et des offres commerciales dans le rapport des jeunes à la culture n'en est que plus nécessaire.

3.3.2. La question de la gratuité d'accès à la culture

Face à cette révolution structurelle de la diffusion des productions culturelles, on doit se demander quelle est la priorité de l'action publique, dont le rôle général consiste à stimuler la création, aider la diffusion et favoriser la démocratisation de l'accès aux œuvres culturelles consacrées comme majeures. Il faut en effet s'interroger sur les risques d'un accès aux œuvres qui deviendrait très limité car uniquement appréhendée par la médiation d'un écran, si performant soit-il. A l'heure du tout numérique, favoriser la découverte physique des œuvres d'art et du patrimoine peut devenir un enjeu majeur, tant dans le domaine des œuvres d'art que du spectacle vivant. Rappelons à ce sujet, qu'en 2002, 60% des Français ont déclaré n'avoir jamais visité le Louvre, proportion du même ordre dans toutes les classes d'âge¹³⁷.

La majorité des politiques publiques mises en place pour favoriser l'accès à la culture des jeunes ont eu pour objet d'établir la gratuité de l'accès dans les établissements patrimoniaux, notamment dans les musées et monuments, mais aussi les bibliothèques, en l'accompagnant d'un développement des actions de médiation. Dans les autres secteurs, le cinéma ou le spectacle vivant, et les pratiques amateur, ce sont plutôt des

¹³⁷ Maresca B., Quel prix pour le Louvre ? La stratégie tarifaire au service de l'élargissement du public, CREDOC, Consommation et modes de vie, n°179, 2004

tarifications préférentielles (tarifs réduits) qui servent de mesures incitatives pour peser sur la fréquentation des publics jeunes.

La gratuité, fer de lance de la politique du ministère de la Culture, paraît à beaucoup la mesure la plus justifiée pour amener les jeunes à la culture. Pourtant, les expérimentations conduites pendant l'année 2008 dans les musées, conduisent à un constat d'efficacité relative qui est loin d'épuiser le débat quant à son opportunité.

3.3.2.1. La mesure d'expérimentation de la gratuité dans les musées

En 2008, quatre grands musées parisiens – le Louvre, Orsay, le Centre Pompidou et le Quai Branly – ont expérimenté une gratuité partielle (un soir par semaine) ciblée en direction des jeunes âgés de 18 à 25 ans, associant la gratuité à des animations spécifiques dans le cas des musées du Louvre et d'Orsay.

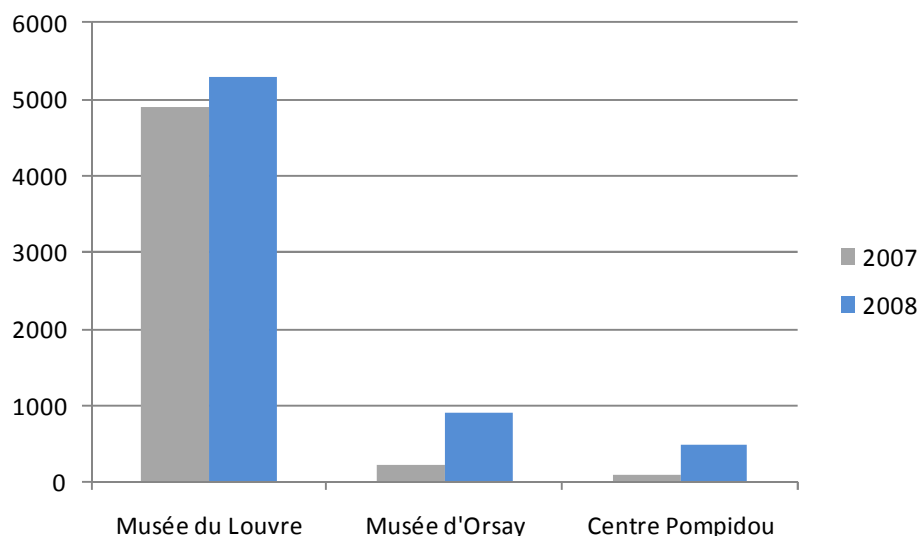
Cette expérimentation a été évaluée à travers cinq critères : l'augmentation du flux de jeunes âgés de 18 à 25 ans fréquentant les nocturnes ; l'élargissement du public à des jeunes ne connaissant pas les musées concernés et/ou fréquentant peu les musées ; l'élargissement du public à des jeunes d'origine sociale modeste (selon la catégorie socioprofessionnelle du père) et/ou ayant un niveau d'étude limité ; la modification des comportements de visite ; l'effet levier de la mesure de gratuité.

A la demande du Louvre, le CREDOC et Sciences Po Paris ont réalisé une enquête quantitative et qualitative pour évaluer cette expérimentation dans ces quatre grands musées parisiens. Le volet quantitatif de l'étude a consisté en une enquête par questionnaires administrés entre mars et juin 2008 auprès de 1580 jeunes bénéficiaires de la mesure de gratuité. Son volet qualitatif a consisté en une série d'entretiens auprès de 60 jeunes bénéficiaires ainsi que deux entretiens de groupe auprès de 22 jeunes bénéficiaires et non bénéficiaires.

3.3.2.2. Une multiplication par quatre du nombre de jeunes de 18 à 25 ans le soir de la nocturne gratuite

Cette mesure de gratuité sur le créneau de la nocturne a induit une forte hausse de la fréquentation des jeunes après 18 heures : elle a été multipliée par quatre au musée d'Orsay et par cinq au musée du Centre Pompidou.

Graphique 51 : Evolution du nombre de jeunes âgés de 18 à 25 ans par nocturne avant et après la mise en place de la nocturne gratuite¹³⁸



Source : CREDOC (2009)

Au vu du premier critère d'évaluation (l'augmentation du flux de jeunes âgés de 18 à 25 ans fréquentant les nocturnes), l'expérimentation d'une gratuité partielle et ciblée en direction des jeunes s'avère positive.

Toutefois, la réalisation plusieurs années après la mise en place de cette expérimentation d'une enquête identique à celle menée par le CREDOC en 2008 aurait été nécessaire afin d'évaluer le caractère durable de cette augmentation du public jeune. Certaines études quantitatives d'impact sur la fréquentation des musées décrivent en effet une augmentation de la fréquentation à court terme mais « montrent qu'à plus ou moins long terme, la mesure de gratuité en tant que telle n'aurait pas d'effet sur la fréquentation »¹³⁹.

¹³⁸ Dans le cas du Louvre, le comptage pendant l'expérimentation a été effectué sur les 8 nocturnes d'avril et juin 2008, le comptage avant expérimentation correspond à une estimation sur la période s'étalant de 2005 à 2007. Pour les autres musées, le comptage avant expérimentation a été effectué en 2007, le comptage après expérimentation a été effectué durant toutes les nocturnes de la période s'étalant de janvier à juin 2008.

¹³⁹ Gombault A., Petr C., La Gratuité des musées et des monuments côté publics, DEPS, Ministère de la Culture et de la Communication, Paris : La Documentation française, 2006.

3.3.2.3. Le manque d'intérêt, un obstacle plus difficile à surmonter que le prix

Au vu des critères d'évaluation concernant l'élargissement du public (à des jeunes ne connaissant pas les musées concernés et/ou fréquentant peu les musées ; à des jeunes d'origine sociale modeste et/ou ayant un niveau d'étude limité), le bilan est moins positif.

La mesure de gratuité ciblée a un effet appréciable sur l'élargissement de la fréquentation des jeunes. Ainsi, dans le cas des musées du Louvre, d'Orsay et de Pompidou, 25 % des jeunes franciliens et 40% des jeunes des autres régions venaient pour la première fois.

Cependant, dans les trois musées (Louvre, Orsay, Centre Pompidou), les jeunes habitués des musées et expositions sont largement majoritaires : les nocturnes gratuites n'ont fait venir que 5% de jeunes n'étant pas allés dans un musée au cours des douze derniers mois. L'attraction de jeunes peu familiers des musées et expositions est toutefois plus forte au musée du Louvre qu'aux musées d'Orsay, du quai Branly ou au Centre Pompidou, ce qui peut s'expliquer par le caractère patrimonial de la visite au musée du Louvre.

De la même façon, les jeunes faiblement diplômés ont beaucoup moins profité de la mesure que les plus diplômés. Les nocturnes gratuites n'ont fait venir que 6 % de jeunes employés ou ouvriers. Les 22-23 ans, très majoritairement étudiants, ont été les plus réceptifs, comparativement à leur poids réel dans la classe d'âge des 18-25 ans, tandis que les 24-25 ans, et en particulier ceux qui sont actifs, sont sous-représentés. Il n'y a eu que 16 % d'actifs parmi les bénéficiaires, alors que la population francilienne compte 50 % d'actifs dans la tranche d'âge des 18-25 ans. Ce déficit des actifs s'explique autant par le niveau de diplôme que par le mode de vie, la gratuité en nocturne convenant moins à ceux qui travaillent.

Pour les jeunes qui vont rarement au musée, le manque d'intérêt apparaît comme un obstacle plus difficile à surmonter que le prix. « Le musée, ça dépend de ses centres d'intérêts, si on aime la culture ou pas. Moi, j'ai beaucoup d'amis qui n'aiment pas ça » (propos d'un non-bénéficiaire). Le manque d'initiation à l'art entretient une représentation rébarbative des lieux d'exposition.

De fait, gratuité de l'entrée ne signifie pas gratuité de la visite : la visite d'un musée implique d'autres coûts (de transport par exemple) ainsi que du temps. La gratuité du tarif d'entrée ne peut donc attirer que des visiteurs ayant un consentement à payer positif, au moins en termes de temps, c'est-à-dire des individus qui considère la visite comme une source de satisfaction¹⁴⁰.

¹⁴⁰ Dupuis X., Culture, gratuité et démocratisation : Une expérimentation dans les musées est-elle encore nécessaire ?, 2008

Les nocturnes gratuites ne semblent pas à elles seules suffisantes pour attirer au musée les néophytes en art, et compenser ainsi le déficit de démocratisation dans l'accès à la culture.

3.3.2.4. Un effet levier positif mais d'une ampleur limitée

La réticence à visiter un musée éprouvée par certains jeunes qui en sont peu familiers peut néanmoins être levée par effet d'entraînement, les jeunes qui aiment les musées parvenant, grâce à la gratuité, à convaincre les plus rétifs de tenter l'expérience, « pour voir », dans la mesure où ça ne coûte rien. Cet effet levier très positif de la mesure n'a néanmoins qu'une ampleur limitée. Si la gratuité ciblée joue comme un coup de pouce auprès d'une fraction de jeunes peu familiers des musées, c'est essentiellement par « effet d'essaimage » à partir des jeunes initiés ou volontaristes. La mesure grossit le «deuxième cercle» du public, c'est-à-dire celui qui est mobilisé par les habitués. Mais restant trop confidentielle, elle joue peu sur les jeunes qui ne sont pas entraînés par leurs pairs.

La nocturne gratuite modifie les comportements de visite, avec pour effet positif de faire évoluer la représentation du musée comme un lieu où l'on s'ennuie. Les visites ont ainsi tendance à être plus courtes : pour les jeunes résidant en France, la nocturne gratuite de 2008 accroît la part des visites de moins de 1h30 (47% versus 35%).

L'effet est plus marqué encore pour les jeunes résidant à l'étranger : la part de ceux qui font des visites de plus de 2h est nettement plus faible qu'avant l'expérimentation (33% versus 55%).

La nocturne gratuite conduit à l'expérience d'une visite plus détendue et « décomplexée », où l'on ne se sent pas obligé d'aimer ce que l'on découvre. La gratuité autorise la curiosité, la démarche « pour voir », une approche qui relève plus de la balade mais sans dénaturer la perception du grand musée comme un lieu de transmission de la culture. Le musée en devient plus proche et plus ouvert, et la gratuité fait accéder à l'idée de revenir plusieurs fois.

In fine, la politique publique en faveur de la gratuité d'un accès à la culture ciblée sur les jeunes affirme l'intérêt de la collectivité porté aux jeunes à travers l'effort consenti pour favoriser leur construction culturelle et sociale. On est là dans une logique d'accès à des ressources, pour constituer un capital culturel. Pour autant, le diagnostic de l'empêchement financier n'est que très partiellement approprié. Pour les jeunes qui vont rarement au musée, le manque d'initiation à l'art entretient une représentation rébarbative des lieux d'exposition. Cette réticence foncière peut être levée par l'effet d'entraînement, les jeunes qui aiment les musées parvenant, grâce à la gratuité, à convaincre les plus rétifs de tenter l'expérience, « pour voir », dans la mesure où ça ne coûte rien. Cet effet levier de la mesure n'a néanmoins qu'une ampleur limitée, et les

effets d'aubaine sont importants, dans la mesure où les jeunes pratiquant régulièrement les visites de musées sont majoritaires parmi les bénéficiaires. Par ailleurs, le ciblage des jeunes comme catégorie empêchée est contradictoire avec le poids important qu'ils représentent dans le domaine des consommations culturelles en général.

La politique d'accès à la culture se fonde sur un principe de médiation vers des ressources dans une perspective d'acquisition d'un capital culturel. Ce faisant, elle valorise l'initiative et la construction individuelle du bénéficiaire dans son rapport à la culture. Mais parallèlement, en faisant de la dimension financière la principale pierre d'achoppement dans l'accès à la culture, elle passe à côté de dimensions plus fondamentales de l'empêchement, liées davantage à une distance culturelle à l'égard des œuvres de référence. La puissance publique se pense dans un rôle de médiateur vers ces œuvres qui constituent le patrimoine national. Mais le levier financier n'est qu'une réponse partielle, qui n'atteint pas pleinement son but.

CONCLUSION : DES POLITIQUES PUBLIQUES A METTRE AU DIAPASON DE L'HYBRIDATION DES UNIVERS CULTURELS DES JEUNES

Les pratiques et les consommations culturelles sont un prisme révélateur d'un certain nombre de caractéristiques du fonctionnement de la catégorie des « jeunes » comme groupe social spécifique : la recherche de la socialisation entre pairs, l'adhésion aux mutations technologiques qui transforment les pratiques culturelles, mais également le problème de l'empêchement financier, sur lequel se concentrent les initiatives des pouvoirs publics.

La question du rapport des jeunes à la culture, telle qu'appréhendée par les grandes institutions culturelles et les pouvoirs publics est marquée par un paradoxe : les actions en direction des jeunes présupposent que les jeunes sont en difficulté dans l'accès à la culture (lisent peu, vont peu au musée...). Pour autant ils sont, on l'a vu, les plus gros consommateurs de produits culturels. On touche là à une tension, particulièrement prégnante en France, au sein de la définition même de la culture, entre culture « mainstream » et culture de référence, entre culture légitime et culture juvénile.

Le cloisonnement entre ces deux dimensions est aujourd'hui un obstacle majeur à une compréhension du rapport des jeunes à la culture, et donc à la définition de stratégies culturelles. Car les jeunes générations se caractérisent, précisément, par l'hybridation de leur univers culturel, qui mêle différents types de pratiques culturelles. En réalité, la stratégie de la démocratisation véhicule une vision tronquée du paysage des pratiques et des consommations culturelles au niveau des jeunes. En effet, *« c'est sur ces pratiques élitaires, que les pouvoirs publics concentrent leur attention en pensant pouvoir mesurer les fruits de leur politique de démocratisation dans l'accès aux manifestations de la culture consacrée. Or, le constat, répété à chaque nouvelle enquête, que les pratiques culturelles restent très déterminées socialement, a pour seul résultat de conforter les institutions dans la croyance du caractère durablement discriminatoire du fonctionnement de la culture. »*¹⁴¹ Or, si les jeunes n'épousent pas préférentiellement les pratiques culturelles les plus élitistes, ils n'en sont pas moins des consommateurs privilégiés des différents marchés de la culture, que ce soit le cinéma, la musique, les jeux-vidéo, certains genres de littérature (BD, aventure, science-fiction...).

On pourrait dire de la démocratisation de l'accès à la culture qu'elle est une illusion motrice. Tous les établissements culturels, toutes les collectivités territoriales s'en préoccupent, et multiplient les actions, autant dans le registre des tarifications préférentielles que dans celui de la médiation. Pour autant, tous les constats vont dans le même sens : les inégalités d'accès au savoir pèsent lourdement sur l'accessibilité des

¹⁴¹ O.Donnat, Regards croisés sur les pratiques culturelles.

formes de la culture « savante » et de la création contemporaine. Les enseignements scolaires se révèlent peu à même de corriger ces inégalités qui s'enracinent dans les disparités de capital social et culturel des familles.

Il faudrait, en réalité, reconnaître que, tout comme dans le cadre scolaire, la dynamique élitiste est antinomique de l'égalité d'accès aux œuvres consacrées de la culture. Parallèlement, quand les jeunes s'adonnent à l'écoute quasi quotidienne de la musique ou échangent très régulièrement dans les forums et les réseaux sociaux, on pose rarement la question de savoir si la diffusion des genres de musique, des abonnements d'accès à Internet et de téléphonie mobile est réellement démocratique. De la même manière qu'il est reconnu que les industries de la culture sont commercialement florissantes, et même hautement stratégiques au niveau internationale (cf. la culture présentée comme « softpower »), on devrait considérer que les files d'attente dans les grandes expositions d'art ¹⁴², comme la difficulté à obtenir des places pour l'opéra, le spectacle de danse, le concert classique, témoignent de hauts niveaux de fréquentation. Et que dire du succès des spectacles à audience plus populaire qui exploite le répertoire des grandes œuvres consacrées, comme les opéras donnés au Stade de France ou bien des expositions comme Toutankhamon au Parc des expositions à Paris ?

Faciliter l'accessibilité des établissements culturels est une exigence nécessaire, mais pas plus a priori que dans les établissements commerciaux. Par ailleurs, beaucoup de Français estiment très important qu'existent des lieux comme les bibliothèques, les musées ou les théâtres tout en admettant que cela ne s'adresse pas eux. Dans une étude sur les bibliothèques, on a mis en évidence que les Français qui ne fréquentent pas les établissements culturels, parce qu'il s'agit de lieux éloignés de leur univers, en reconnaissent toute l'importance et estiment qu'ils sont nécessaires à la formation des jeunes¹⁴³. Pour eux, ce sont ces derniers qui devraient en être les principaux bénéficiaires.

Dans le public des jeunes, une distinction essentielle doit être introduite entre ceux qui sont toujours en formation (40% des 18-24 ans, mais seulement 5% des 25-29 ans) et ceux qui sont actifs. Pour les premiers, les établissements de formation devraient être les espaces privilégiés de mobilisation pour ouvrir et inciter les jeunes à s'imprégner de culture. Les études qui abordent ces sujets montrent qu'ils sont très inégalement impliqués comme circuits de prescription et d'incitation des jeunes en formation.

Pour ceux qui engagent leur vie professionnelle, il serait souhaitable de mettre en avant que l'ouverture aux lieux et aux œuvres de la culture « savante » confère des atouts dans la réussite professionnelle. Le ministère de la Culture comme les établissements culturels

¹⁴² B.Maresca, A.Krebs, Le renouveau des musées, La documentation française, 2006

¹⁴³ Cf. Les bibliothèques au tournant du numérique (CREDOC, 2007)

devraient avoir à cœur d'attirer cette catégorie des jeunes actifs, ne serait-ce pour œuvrer à la reproduction et l'élargissement des publics de demain. Ce qui, à l'heure d'Internet, suppose de repenser les circuits d'information par le biais des réseaux numériques en explorant des modes d'incitations en phase avec les formes de marketing qui se développent sur le Net.

CHAPITRE 3 – ETRE JEUNE : UNE GRANDE PRECARITE

1. L'ACCÈS AU LOGEMENT : UN PASSEPORT POUR L'INSERTION DES JEUNES (ISA ALDEGHI, LEOPOLD GILLES)

INTRODUCTION

Dans son 17ème rapport annuel sur le mal-logement¹⁴⁴, publié début 2012, la fondation Abbé Pierre soulignait la prégnance de la crise du logement, avec plus de 3,6 millions de « mal-logés »¹⁴⁵ recensés. Parmi eux, les jeunes sont en première ligne et sont confrontés à des situations de logement particulièrement précaires. En 2009, un Cahier de Recherche du CREDOC analysait les difficultés des Français face au logement¹⁴⁶ et mettait en évidence les difficultés spécifiques des jeunes de 18-25 ans pour accéder à des logements de qualité. Plus largement, la Caisse Nationale des Allocations Familiales (CNAF) soulignait, dans sa synthèse des études statistiques sur le logement des jeunes, « la permanence, depuis plus de 10 ans du problème de l'accès au logement des jeunes »¹⁴⁷. Le Livre Vert sur la politique de la Jeunesse de 2009¹⁴⁸, qui reprenait ces constats, insistait ainsi sur la nécessité d'agir pour faciliter l'accès au logement des jeunes.

Les difficultés spécifiques d'accès au logement des jeunes ne sont donc pas un phénomène récent, et ont même eu tendance à s'accroître ces dernières années sous le double effet de la crise du logement et de la crise économique. Ces difficultés tiennent notamment à la spécificité des besoins de logement des jeunes, qui recherchent souvent des solutions ponctuelles et rapides pour pouvoir saisir une offre d'emploi ou suivre une formation.

Les analyses croisées des situations de logement et d'emploi des jeunes, menées par le CREDOC sur la base de l'étude européenne SILC (voir encadré), montrent ainsi que les

¹⁴⁴ RAPPORT 2011 SUR L'ÉTAT DU MAL-LOGEMENT EN France, Fondation Abbé Pierre, http://www.fondation-abbe-pierre.fr/publications.php?filtre=publication_rml

¹⁴⁵ Les différentes catégories de mal-logement retenues par la Fondation Abbé Pierre sont : l'absence de logement, les difficultés d'accès au logement ou de maintien dans le logement, les mauvaises conditions d'habitat, ou encore les difficultés de mobilité

¹⁴⁶ Régis Bigot, Sandra Hoibian : *Les difficultés des Français face au logement*, Cahier de Recherche CREDOC n°265, 2009. Les signes d'inconfort sont le manque de lumière, le bruit, le manque d'espace, la difficulté à chauffer le logement et à le garder frais en été. Les défauts de qualité sont les suivants : humidité, pas de WC intérieurs, pas de salle d'eau, installation défectueuse de plomberie, installation défectueuse d'électricité.

¹⁴⁷ Nadia Kesterman : « Le logement des jeunes : synthèse des études statistiques récentes », *Politiques sociales et familiales* n°99, pages 113-120, CNAF, mars 2010.

¹⁴⁸ Commission de concertation sur la politique de la jeunesse, Reconnaître la valeur de la jeunesse, Livre Vert

difficultés de logement et d'emploi des jeunes sont intimement liées. Ce constat de l'imbrication des deux problématiques souligne à nouveau la nécessité de repenser des dispositifs d'aide au logement souvent inadaptés aux difficultés rencontrées par les jeunes qui nécessitent une prise en charge globale et cohérente.

L'enquête SILC 2007 d'EUROSTAT

Ce système d'enquête de l'Union Européenne (European Union Statistics on Income and Living Conditions - EU-SILC) est un instrument destiné à collecter des données comparables sur le revenu, la pauvreté, l'exclusion sociale et les conditions de vie. Il a porté en 2007 sur 26 pays européens.

En 2007, la partie française de cette enquête, dénommée « Statistiques sur les Ressources et les Conditions de Vie - SRVC », a été conduite auprès de 13 000 personnes de 18 à 59 ans, dont un peu plus de 2 000 jeunes de 18 à 25 ans et près d'un millier de 26 à 29 ans.

NB : comme dans toutes les enquêtes portant sur les ménages, les personnes sans-abri ou vivant dans des logements collectifs (foyers de jeunes travailleurs, établissements pénitentiaires, internats, résidences universitaires, hôpitaux...) ne sont pas interrogées. D'après l'INSEE, au Recensement de population de 2007, 2,4% de la population de France métropolitaine vivaient hors des ménages ordinaires. Cette proportion est plus élevée chez les 20-24 ans (5,0%), proche de la moyenne pour les 25-29 ans (2,4%) et de 1,2% pour les 30 à 59 ans.

1.1. Des liens étroits entre accès au logement et accès à l'emploi des jeunes

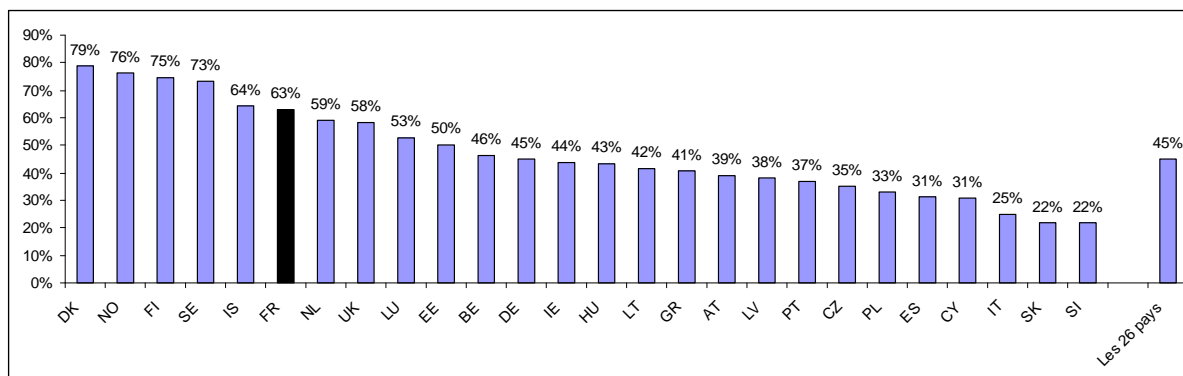
1.1.1. Etat des lieux : des jeunes majoritairement autonomes et locataires

Les derniers résultats de l'enquête SILC montrent que 63% des jeunes Français de 18 à 30 ans vivent dans un logement autonome en 2007. Une proportion qui a eu tendance à augmenter au cours des dernières années : moins de 60% des jeunes étaient dans cette situation en 2005 selon cette même enquête.

La part des jeunes en logement autonome est particulièrement élevée en France au regard des autres pays européens : la France se situe ainsi au 6^{ème} rang parmi 26 pays, juste derrière le groupe de tête composé des pays nordiques (Danemark, Norvège, Finlande, Suède et Islande). Comme le relève Eurostat, les causes de ces différences entre pays peuvent tenir à des raisons multiples, tant économiques (prix des logements), politiques

(dispositifs d'aides au logement existants) que culturelles (modes de vie familiaux, décohabitation).¹⁴⁹

Figure 31 : Part des jeunes de 18 à 29 ans vivant en logement autonome dans 26 pays européens



Source : SILC 2007 Eurostat – Exploitation CREDOC

La part des jeunes ayant quitté le domicile parental croît fortement et régulièrement avec l'âge : elle est ainsi de 45% parmi les jeunes de 18 à 25 ans et de 89% pour les jeunes de 26 à 29 ans.

La définition du logement autonome

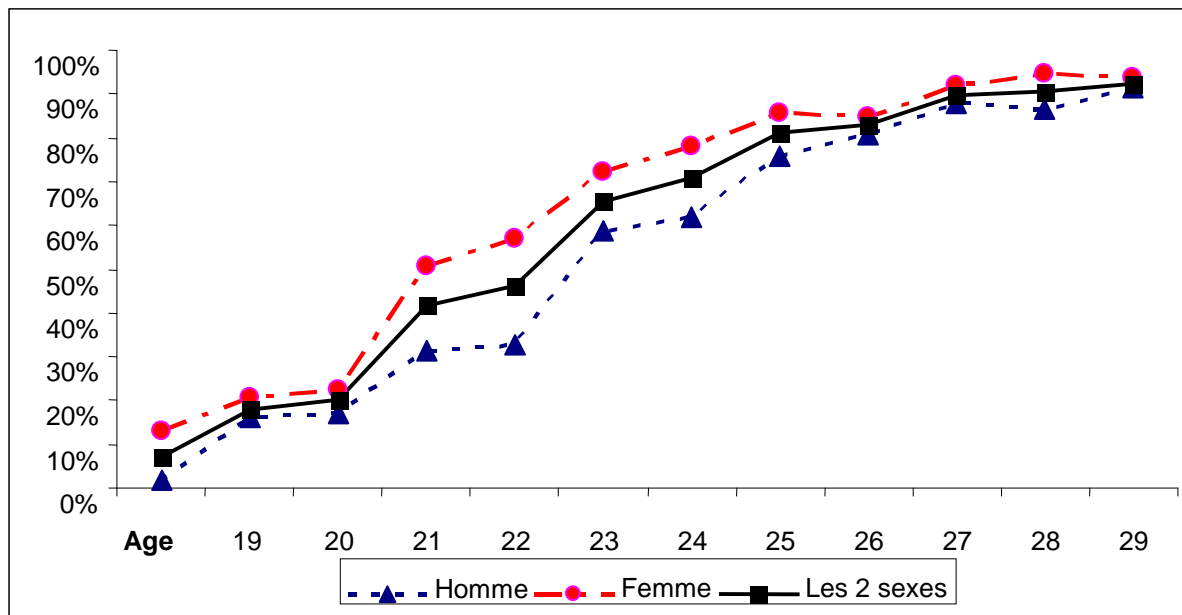
L'enquête SILC permet de savoir si une personne vit ou non dans le même logement que son père et sa mère. En revanche l'enquête ne fournit pas d'indication sur la personne qui est propriétaire du logement. Il n'est donc pas possible de savoir si la personne vit chez ses parents ou si ce sont les parents qui sont logés par une personne jeune. On suppose ici que pour les moins de 30 ans, la présence d'un parent dans le logement signifie la plupart du temps que le jeune habite chez ses parents. A contrario, l'absence des deux parents dans le logement est interprétée comme un signe que le jeune a quitté le domicile parental. L'autonomie dans le logement est donc mesurée ici par le fait de ne plus vivre avec ses parents.

Les filles quittent le domicile familial plus tôt que les garçons : environ 23 ans chez les filles contre un peu plus de 24 ans chez les garçons selon l'enquête SILC de 2007. Au total, 67% des filles de 18 à 29 ans ont quitté leurs parents en 2007, contre 58% des garçons du même âge.

¹⁴⁹ Voir à ce sujet l'analyse d'Eurostat basée sur SILC 2008 et portant sur les jeunes de 18 à 35 ans : Marta Choroszewicz, Pascal Wolff : « 51 million young UA adults live with their parent(s) in 2008 », *Statistics in Focus* n°50, Eurostat, septembre 2010.

Cette tendance peut en partie s'expliquer par une mise en couple plus précoce des filles : en moyenne dans les couples les femmes sont plus jeunes de 2,6 ans que leur conjoint masculin¹⁵⁰.

Figure 32 : Part des jeunes en logement autonome selon leur sexe et leur âge



Source : SILC 2007 Eurostat – Exploitation CREDOC

Lorsqu'ils ont quitté le domicile parental, les jeunes sont locataires pour plus des deux tiers d'entre eux (69%), et même pour plus des trois quarts chez les 18-25 ans (78%). Seuls 24% des jeunes en logement autonome sont propriétaires ou accédants, cette proportion étant cependant près de deux fois plus élevée pour les 26-29 ans (30%) que pour les 18-25 ans (16%).

¹⁵⁰ Mélanie Vanderschelden : « L'écart d'âge entre conjoints s'est réduit », INSEE Première n°1073, INSEE, avril 2006.

Tableau 10 : Statut d'occupation du logement selon la tranche d'âge

	Jeunes en logement autonome			Ensemble des 30-59 ans	Ensemble des 18-59 ans
	18-25 ans	26-29 ans	Ensemble des 18-29 ans		
Locataire	78%	63%	69%	33%	39%
Propriétaire ou accédant	15%	30%	24%	63%	57%
Logement gratuit	7%	7%	7%	4%	4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Parmi les locataires :					
Locataire secteur libre	60%	59%	60%	54%	61%
Locataire secteur social	40%	41%	40%	46%	39%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

Source : SILC 2007 Eurostat – Exploitation CREDOC

1.1.2. Le logement autonome concerne plus souvent les jeunes en situation d'emploi stable

Alors que moins d'un étudiant sur quatre (22%) vit hors du domicile parental, les jeunes en emploi sont très majoritairement (81%) en logement autonome, et ce qu'ils soient à temps partiel (76%) ou à temps complet (82%). Les jeunes chômeurs sont quant à eux aussi souvent chez leurs parents (48%) qu'en logement autonome (52%).

Tableau 11 : Répartition des situations de logement des 18-29 ans selon leur situation vis-à-vis de l'emploi

Situation vis-à-vis de l'activité	Chez les parents	En logement autonome	Ensemble
Travail	19%	81%	100%
Chômage	48%	52%	100%
Etudes	78%	22%	100%
Autre	26%	74%	100%
Parmi ceux qui travaillent :			
Temps plein	18%	82%	100%
Temps partiel	24%	76%	100%
Ensemble des 18-29 ans	37%	63%	100%

Source : SILC 2007 Eurostat – Exploitation CREDOC

Afin d'appréhender dans la durée le lien entre situation d'emploi et situation de logement, nous avons observé les situations de logement selon la durée d'activité au cours de l'année passée, en distinguant trois cas de figure :

- les jeunes n'ayant pas du tout travaillé au cours des 12 derniers mois ;
- ceux qui ont travaillé moins de 10 mois à temps plein au cours de l'année précédente ;
- ceux qui ont travaillé au moins 10 mois à temps complet au cours des douze derniers.

L'observation de ces trois types de situation montre que la part des jeunes ayant quitté le domicile parental est plus élevée parmi les jeunes ayant les durées d'activité les plus longues au cours de l'année passée.

Tableau 12 : L'accès au logement autonome des 18-29 ans selon la durée d'activité depuis 12 mois

Durée d'activité au cours de l'année passée	18-29 ans chez les parents	18-29 ans en logement autonome	Ensemble des 18-29 ans
Aucune activité	67%	33%	100%
Moins de 10 mois à temps plein	30%	70%	100%
Au moins 10 mois à temps plein	14%	86%	100%
Ensemble des 18-29 ans	37%	63%	100%

Source : SILC 2007 Eurostat – Exploitation CREDOC

A l'intérieur du monde du salariat, la proportion de jeunes en logement autonome est d'autant plus forte que leur statut est élevé.

Les jeunes relevant de la catégorie socioprofessionnelle « cadres et professions libérales » sont les plus nombreux à être en situation de logement autonome : 87% d'entre eux sont dans ce cas. Ils sont suivis des professions intermédiaires (85%), puis des employés (79% en logement autonome), et enfin des ouvriers (74% en logement autonome).

Les travailleurs indépendants de moins de 30 ans se situent au même niveau que les ouvriers (75% d'entre eux sont en logement autonome). Cette situation peut s'expliquer par des niveaux de vie plus faibles pour les jeunes créateurs d'entreprise, dont les revenus ne leur permettent pas dans les premières années de quitter leur famille : seuls 10% d'entre eux environ sont dans le quartile de revenu le plus élevé, tout comme les ouvriers.

1.1.3. La qualité du logement et la qualité de l'emploi des jeunes sont étroitement liés

Les 30 à 59 ans vivent dans des logements plus agréables que les plus jeunes : 48% d'entre eux n'ont mentionné aucun inconvénient, contre 40% des moins de 30 ans en logement autonome. Les 18-25 ans ne se distinguent pas des 26-29 ans sur le plan de la qualité perçue de leur logement. Les points sur lesquels les jeunes expriment nettement plus d'insatisfactions que leurs aînés sont l'espace disponible et le bruit. Un constat qui confirme l'Enquête Logement 2006 de l'INSEE, qui montre que parmi les 2,4 millions de ménages qui vivent en situation de surpeuplement, les ménages les plus jeunes sont surreprésentés (21 % contre 9 % en moyenne).

Cette perception reflète certainement des conditions réelles de logement particulièrement défavorables dans la mesure où les jeunes ont tendance, plus que les autres, à surestimer le niveau de confort de leur logement : 22 % des ménages qui surestiment leurs conditions de logement ont moins de 30 ans alors qu'ils représentent 11 % de l'ensemble de la population étudiée.¹⁵¹

La qualité du logement appréhendée au travers de l'enquête SILC

La qualité du logement a été évaluée par le CREDOC au travers des cinq dimensions suivantes : luminosité, bruit, espace, température du logement en hiver / en été. Les questions de l'enquête SILC qui ont été utilisées dans ce chapitre pour aborder les inconvénients perçus du logement sont, selon cette logique, les suivantes :

« Dans ce logement, êtes-vous confronté aux problèmes suivants :

- Logement trop sombre ? »
- Environnement extérieur (trafic routier, industries) ou voisins bruyants ? »
- Logement trop petit ou n'ayant pas assez de pièces ? »

« Au cours de l'hiver dernier, dans votre logement, votre ménage a-t-il souffert, pendant au moins 24 heures : Du froid / D'un excès de chauffage / Du froid et d'un excès de chauffage / D'aucun problème de température dans le logement »

« Au cours de l'été dernier, dans votre logement, votre ménage a-t-il souffert, pendant au moins 24 heures : De la chaleur / D'aucun problème de température dans le logement. »

Parmi les jeunes ayant quitté leurs parents, ceux qui vivent le plus souvent dans un logement considéré ne présentant aucun inconvénient sont les jeunes travaillant à temps complet (43%). Viennent ensuite les jeunes hors du marché du travail et hors études (41%), puis les étudiants et les jeunes travaillant à temps partiel (dont respectivement

¹⁵¹ Jauneau Y. et Vanovermeir S., 2008, « Les jeunes et les ménages modestes surestiment plus souvent le confort de leur logement », INSEE Première, n° 1209.

36% et 32% ne perçoivent aucun inconvénient dans leur logement). Les chômeurs sont les plus désavantagés : seuls 27% d'entre eux ne citent aucun inconvénient.

1.2. La place des jeunes dans les dispositifs d'aide au logement: analyse critique

1.2.1. Rappel préliminaire : le marché du logement est de moins en moins ouvert aux jeunes

Alors que le parc social, qui comptait plus de 3,8 millions de logements en 2009, continue de s'agrandir (+4% par rapport à 2006¹⁵²), il accueille de moins en moins de jeunes qui souhaitent accéder à un logement autonome : les moins de 30 ans ne représentent ainsi qu'à peine plus de 10% des titulaires de contrats de location en 2009, contre près de 15% en 2000, tandis que les moins de 25 ans comptent pour moins de 3% des titulaires. Même si la part des titulaires de moins de 30 ans reste plus importante dans le parc social que dans l'ensemble des résidences principales (8,2%), la diminution du taux de rotation du parc social calculé sur une période de 3 ans (27 % en 2009 contre 33 % en 2000) limite les possibilités de faire « bouger les lignes ».

Au sein du parc privé, il est plus difficile de disposer de données statistiques concernant la place des jeunes dans le parc de logements, mais selon les acteurs associatifs intervenant en faveur de l'accès au logement des jeunes, la production de petits logements (T1/T2) serait globalement en baisse ces dernières années. Si ces tendances se confirment, les possibilités de logement des jeunes, dont les recherches s'orientent prioritairement vers les logements de petite taille, seraient de fait de plus en limitées.

Qu'il s'agisse du parc privé ou du parc public, les logements de petite taille (1 et 2 pièces) représentent une petite minorité des résidences principales en 2008 (respectivement 6 et 12 % selon le recensement de l'INSEE). Des chiffres qui sont de plus en légère baisse par rapport au recensement de 1999 : la part des logements de 1 à 2 pièces a ainsi très légèrement diminué (de 18% à 17%), alors même que la proportion de logements de 4 pièces et plus a légèrement augmenté (de 59% à 61%).

Ces données tendent à montrer que les possibilités de logement sont de moins en moins nombreuses pour les jeunes : cependant il est aujourd'hui très difficile d'apprécier finement au niveau territorial la tension du marché immobilier, dans la mesure où aucun indicateur de ce type n'est produit ou suivi à notre connaissance aujourd'hui. Des

¹⁵² D'après la dernière exploitation de l'enquête d'Occupation du Parc Social, réalisée en 2010 par le CREDOC pour le Ministère du Développement Durable

diagnostics de territoires sont réalisés par certains acteurs locaux, mais le partage des données n'a pas à ce jour été organisé. L'adaptation de l'offre aux besoins des jeunes au niveau de chaque territoire reste donc un défi majeur à relever.

1.2.2. Des aides nécessaires au vu du poids du logement dans le budget des jeunes

Les jeunes adultes de 18-30 ans, aussi bien ceux vivant en logement autonome que ceux encore chez leurs parents, ont globalement des ressources plus faibles que l'ensemble des 18-59 ans : leur niveau de revenu les place davantage dans le premier quartile de revenus par unité de consommation des 18-59 ans (36%), que dans le dernier quartile (18%).

Les jeunes de 26 à 29 ans, et notamment ceux qui ne vivent plus chez leurs parents, ont un niveau de vie plus élevé que les plus jeunes : 42% des 18-25 ans en logement autonome se situent ainsi dans le quartile de revenus le plus bas, contre seulement 20% des 26-29 ans, soit une proportion plus faible que la moyenne des 18-59 ans (25% par construction).

Parmi ceux qui vivent encore chez leurs parents, on note en revanche des écarts de niveau de vie plus faibles entre les 18-25 ans et les 26-29 ans.

Tableau 13 : Le niveau de vie selon la tranche d'âge¹⁵³

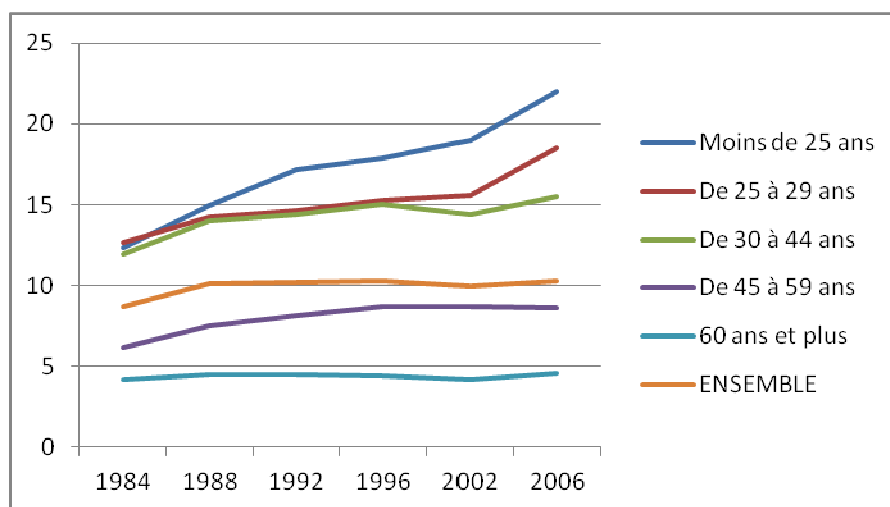
	Jeunes chez leurs parents			Jeunes en logement autonome		
	18-25 ans	26-29 ans	Ensemble des 18-29 ans	18-25 ans	26-29 ans	Ensemble des 18-29 ans
Premier quartile (moins de 12 727 €)	36%	35%	36%	42%	20%	30%
Deuxième quartile (de 12 727 € à 17 247 €)	24%	18%	23%	30%	31%	30%
Troisième quartile (de 17 248 € à 22 817 €)	23%	24%	23%	20%	27%	24%
Dernier quartile (plus de 22 817 €)	17%	24%	18%	8%	22%	16%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Source : SILC 2007 Eurostat – Exploitation CREDOC

¹⁵³ Le niveau de vie correspond au montant annuel de revenu par unité de consommation du ménage où vivent les jeunes. Pour tenir compte de la composition du ménage, les revenus globaux sont divisés par le nombre d'unité de consommation. Ce nombre est obtenu en utilisant l'échelle d'équivalence dite de l'OCDE : la première personne du ménage compte pour 1, les autres personnes d'au moins 14 ans pour 0,7 et les enfants de moins de 14 ans pour 0,5.

Comme le montre la Figure 33, le taux d'effort¹⁵⁴ des jeunes est particulièrement important pour les plus jeunes en 2006 (plus de 20% des revenus pour les moins de 25 ans). Selon l'INSEE, plus de 10% des jeunes de moins de 31 ans ont même des taux d'effort supérieurs à 44% en 2007, contre 8% de l'ensemble des ménages. Les taux d'effort moyens des jeunes ont eu en outre tendance à augmenter au cours des 20 années précédentes : le décrochage à partir de 2002 est notamment lié à la flambée des prix de l'immobilier (voir Figure 34), qui n'ont pas affecté les plus âgés qui déménagent moins souvent et sont de ce fait davantage « protégés » des hausses de prix.

Figure 33 : Taux d'effort net selon la tranche d'âge

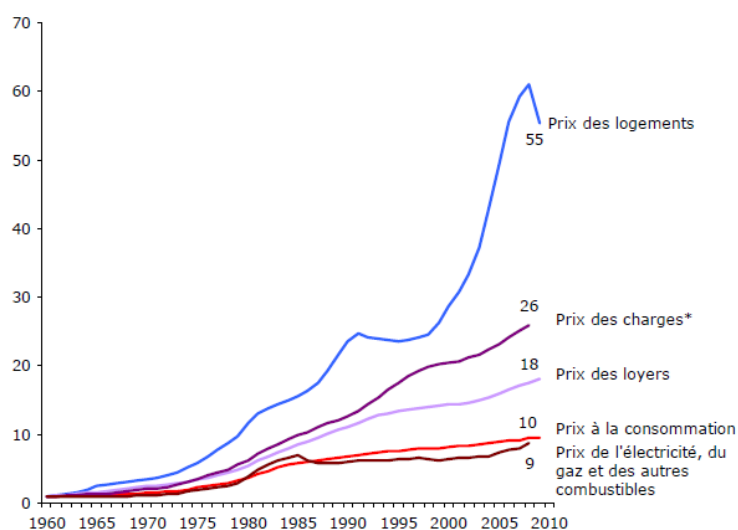


Source : Enquête logement INSEE

¹⁵⁴ Le taux d'effort net calculé par l'INSEE permet d'évaluer le poids du logement dans le budget des ménages. Il est obtenu en divisant la dépense totale de logement (y compris les charges) par le revenu global (aides au logement incluses) de la personne de référence du ménage.

Figure 34 : Evolution des coûts liés au logement

Comparaison de l'évolution des prix des logements, des prix des charges, des prix des loyers et des prix à la consommation (indice 1 en 1960)



Sources : CREDOC, à partir des séries longues reconstituées par J. Friggitt (CGEDD) pour la période 1946-1995, et de l'indice INSEE-notaires pour la période récente (1996-2009) pour le prix de l'immobilier. INSEE, comptes nationaux pour les autres indices.
* Parmi les charges, on compte l'eau, les frais d'enlèvement des ordures ménagères, l'assainissement, le ramonage, les frais de gardiennage et l'entretien des ascenseurs.

1.2.3. Des aides en diminution et à la portée limitée pour les jeunes

Bien que les jeunes soient aujourd'hui les premiers bénéficiaires des aides au logement (42 % des jeunes ménages dont la personne de référence est âgée de moins de 30 ans, percevaient une aide au logement en 2006, et 62% des moins de 25 ans, contre 16 % des autres ménages¹⁵⁵), ces aides ne suffisent pas à compléter les revenus des jeunes face à la hausse des loyers à laquelle ils sont confrontés, comme le montre l'évolution à la hausse des taux d'efforts. Cette portée limitée des aides est liée à un certain nombre de points de faiblesse des aides mobilisables pour les publics jeunes.

¹⁵⁵ Enquête nationale Logement 2006, INSEE

Les allocations logement de la Caisses d'Allocations Familiales (CAF)

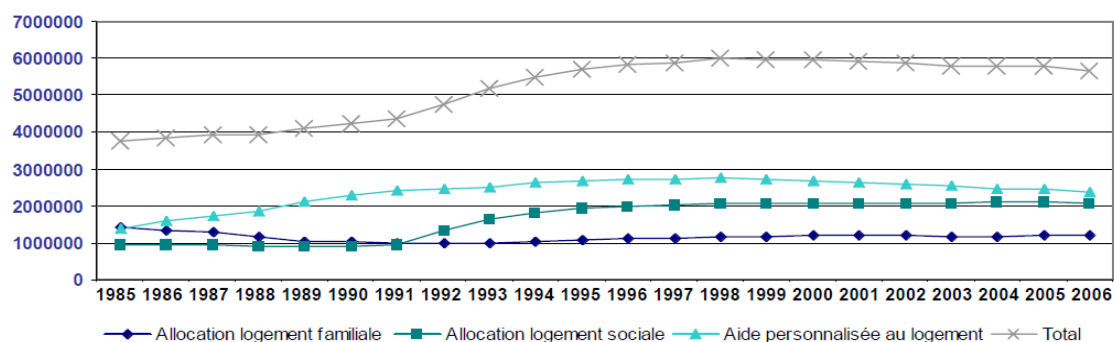
Les allocations logement versées par les Caisses d'Allocations Familiales (CAF) sont destinées aux personnes dont les ressources sont limitées, et sont conditionnées au respect par le propriétaire d'un certain nombre de caractéristiques de décence. Elles sont constituées de

- l'allocation de logement familiale (ALF), versée aux personnes ayant au moins un enfant ou une personne à charge,
- l'allocation de logement sociale (ALS), versée aux personnes ou couples n'ayant aucune personne à charge,
- l'aide personnalisée au logement (APL), attribuée aux familles ou aux personnes seules, qu'elles soient locataires ou accédantes à la propriété.

En 2006, près de 14 milliards d'euros ont été versés par la CAF au titre des aides au logement à près de 5,7 millions d'allocataires.

Les aides versées par la CAF, bien qu'importantes, bénéficient à un nombre de personnes en baisse constante depuis 1998 (voir Figure 35).

Figure 35 : Evolution du nombre de bénéficiaires d'une aide au logement entre 1985 et 2006



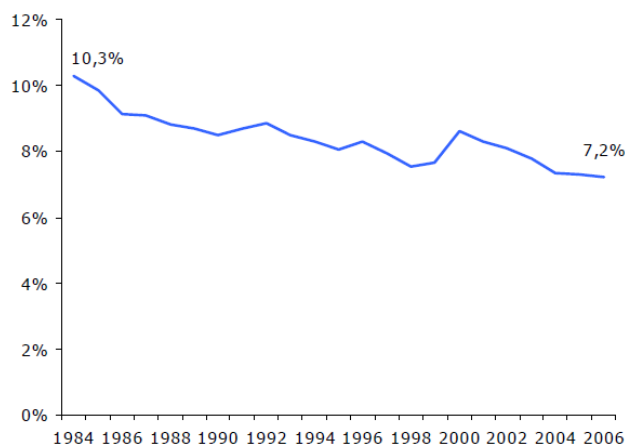
Source : CNAF - FILEAS au 31 décembre 2006.

Cette diminution du nombre de bénéficiaire est due à l'absence de revalorisation des barèmes et des modifications des règles d'abattement ou de neutralisation des ressources¹⁵⁶. Elle correspond également à une baisse globale des aides au logement dans la dépense publique (voir Figure 36).

¹⁵⁶ Voir l'essentiel numéro 69, CNAF, janvier 2008

Figure 36 : Evolution des aides au logement

Part des aides au logement dans la dépense nationale en logement (en %)



Source : CREDOC, à partir des données du compte du Logement (SOeS)

Autre limite des aides de la CAF qui freine l'accès au logement des populations modestes, et notamment des jeunes : le premier mois de loyer dit de « carence », qui n'est pas pris en compte dans le versement des Aides au Logement, pèse ainsi sur le budget des jeunes au moment de l'entrée dans le logement, lorsqu'ils n'ont pas d'autre choix que d'y entrer en début de mois. La disparition récente du dispositif Loca-Pass dans le parc privé, qui permettait aux jeunes de ne pas avoir à avancer la caution demandée aux locataires, est une barrière supplémentaire à l'accès au logement locatif pour les jeunes les plus modestes.

D'autres dispositifs de droit commun viennent compléter les aides au logement versées par la CAF, l'un à destination des locataires, l'autre destiné aux accédants à la propriété. Mais la portée de ces deux programmes reste très limitée, notamment pour les publics jeunes :

- La Garantie des Risques Locatifs (GRL) permet aux bailleurs de s'assurer contre le risque d'impayé de loyer. Elle est réservée aux ménages dont le taux d'effort est inférieur ou égal à 50%, ce qui exclut les foyers les plus modestes, et donc les jeunes. Elle est de fait encore peu diffusée par les assureurs qui sont très peu nombreux à s'être positionnés sur ce marché (seul le groupe MMA et deux mutuelles indépendantes proposent la GRL aujourd'hui). Au total, seuls 60 000 contrats ont été souscrits en 2010 au lieu des 400 000 attendus.

- Les aides à l'accession à la propriété sous forme de prêt à taux réduit¹⁵⁷ concernent par ailleurs une minorité de jeunes (pour rappel : un jeune sur quatre en logement autonome est propriétaire), et qui sont souvent les moins en difficulté.

Les départements tentent d'apporter une contribution complémentaire aux aides nationales, mais leur capacité financière limitée ne leur permet pas de proposer des montants d'aides très significatifs :

- Les Fonds Solidarité Logement (FSL) représentaient ainsi seulement 226 millions d'euros en 2006 selon la DREES¹⁵⁸ (à mettre au regard des 14 milliards dépensés par la CAF en 2006). Ces aides au maintien dans le logement bénéficient à des personnes qui font face à des difficultés temporaires (paiement des loyers, des redevances, des charges, des factures d'eau, d'énergie et de téléphone), et dont la DREES soulignait en 2008 qu'elles étaient de plus en plus âgées.
- Les Fonds d'Aide aux Jeunes (FAJ), destinés aux jeunes de 16 à 25 ans en situation d'urgence, représentaient, quant à eux, 35 millions d'euros en 2008, mais les aides au logement ne représentant que 8% des aides individuelles délivrées en 2008 selon une autre étude de la DREES publiée en mars 2010¹⁵⁹.

La portée des aides existantes au niveau national et départemental est par ailleurs limitée par le manque d'accessibilité et de lisibilité de ces dispositifs, particulièrement nombreux et complexes pour les primo-accédants au logement autonome que sont les jeunes. Certains n'en font pas la demande car ils n'en ont pas connaissance, d'autres y renoncent du fait de la complexité des démarches à effectuer. C'est pourquoi des acteurs associatifs ou publics ont mis en place des dispositifs d'accompagnement des jeunes pour faciliter leurs recherches de logement et leur permettre de bénéficier des aides auxquelles ils ont droit.

1.2.4. Des dispositifs d'accompagnement vers et dans le logement encore trop morcelés

Afin de faciliter l'accès des jeunes au logement et aux aides auxquelles ils peuvent prétendre dans ce domaine, de nombreux acteurs publics et associatifs se sont mobilisés pour proposer différents niveaux de réponse aux besoins de cette population en matière d'accès au logement :

¹⁵⁷ PAP (prêt accession à la propriété à taux fixe) ; PAJ (prêt à taux ajustable) ; PC (prêt conventionné) ; PAS (prêt à l'accession sociale) ; PTZ (prêt à taux zéro)

¹⁵⁸ Etudes et résultats N° 670, novembre 2008, Les fonds de solidarité pour le logement : l'aide des départements au logement des personnes défavorisées

¹⁵⁹ Etudes et résultats N° 721, mars 2010, Les fonds d'aide aux jeunes : une aide départementale de dernier recours pour les 18 à 25 ans

- l'Accueil, Information, Orientation (AIO) consiste à donner aux jeunes qui en font la demande les informations nécessaires pour trouver un logement, accéder aux aides, payer ses factures...
- l'aide à la recherche de logements permet aux jeunes d'être aidé dans l'identification des logements correspondant à leurs besoins (taille, localisation), à leurs capacités financières, et satisfaisant aux normes de décence minimales,
- l'aide au maintien dans le logement peut consister à échelonner les paiements en cas de difficultés de paiement temporaires (loyers, factures),
- l'intermédiation locative (ou Solibail) existe depuis 2008 et permet de sécuriser les locations de logements pour les bailleurs qui confient la gestion de leurs logements à des opérateurs associatifs, qui assurent le suivi du paiement du loyer et des charges, la prise en charge des petites réparations locatives, la remise en l'état initial du bien à l'issue du bail. Les avantages fiscaux offerts aux bailleurs dans ce cadre permettent par ailleurs de proposer aux locataires modestes des loyers attractifs.

Ces différents types de réponses sont portés par de nombreux acteurs :

- les départements qui mettent en place l'Accompagnement Social Lié au Logement (ASLL) dans le cadre de leurs politiques d'insertion, et qui ont parfois également créé des Bureaux d'Accès au Logement (BAL) ;
- des acteurs publics tels que les Missions Locales, dont certaines proposent désormais des services logement et ont créé des postes spécifiques de référents logement ;
- les acteurs associatifs du logement, affiliés à différents réseaux (Pact, FAPIL, UNHAJ, Unclajj), et qui proposent des services d'accompagnement vers et dans le logement qui sont parfois dédiés au public jeunes ;
- les Foyers de Jeunes Travailleurs (FJT) disposent parfois de services logement.

Les dispositifs d'accompagnement existants sont donc très morcelés. Cette multiplicité de dispositifs et d'acteurs peut être facteur de complexité pour les jeunes qui ne savent pas toujours à quelle porte frapper, ou qui ne trouvent pas toujours la réponse à leur besoin au sein de la structure qu'ils connaissent et fréquentent habituellement. Ces différents dispositifs n'ayant pas fait l'objet d'une évaluation permettant d'appréhender leur efficacité ou la façon dont ils sont perçus par les jeunes, il est aujourd'hui encore difficile de tirer un bilan des actions menées jusqu'à présent sur ce front.

L'évaluation récente de dispositifs expérimentaux visant à faciliter l'accès au logement des jeunes dans le cadre du Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse a cependant permis de faire émerger des premiers enseignements concernant la pertinence des dispositifs existants. Le CREDOC a notamment évalué dans ce cadre des plateformes partenariales

d'accompagnement vers et dans le logement. Ces plateformes visent à permettre à un maximum de jeunes d'accéder aux services et aides de droit commun, et de faciliter en parallèle leur accès à l'emploi par la mise en réseau d'acteurs aux compétences complémentaires sur un territoire donné (par exemple : la mission locale, le foyer des jeunes travailleurs et le centre communal d'action sociale pour ne citer que quelques exemples). L'évaluation de ces expérimentations a montré que la majorité des jeunes qui sont passés par ces dispositifs ont pu accéder à un logement autonome au cours de la période d'expérimentation (environ un an le plus souvent). Cela étant, les évaluations n'ont pas permis de déceler le rôle spécifique de l'accompagnement proposé dans le processus d'accès au logement des jeunes. Les jeunes n'ont que rarement adhéré à l'accompagnement proposé dans la durée, qui ne semblait pas toujours correspondre aux attentes des jeunes en recherche des solutions rapides et réactives. Les jeunes se sont en effet souvent tournés en priorité vers leur environnement familial immédiat, et notamment leurs parents, pour les aider à orienter leurs recherches.

Au-delà de la lisibilité des dispositifs d'accompagnement, il convient donc de s'interroger sur l'adaptation des réponses proposées aux attentes des jeunes : la centralisation de l'information sur les différents dispositifs pour permettre leur meilleure identification doit ainsi certainement aller de pair avec la recherche de solutions souples, « à la carte », qui pourraient ainsi s'adapter au degré d'autonomie des jeunes et s'inscrire en complémentarité des solidarités familiales plutôt que de chercher à s'y substituer.

CONCLUSION

L'analyse croisée des conditions de logement des jeunes et de leur situation professionnelle montre que l'accès au logement autonome est fortement corrélé à des situations d'emploi stables (temps complet, forte intensité annuelle). Même s'il reste difficile de déterminer la nature du lien de causalité qui peut exister entre les situations de logement et d'emploi, ces analyses confirment que ces deux questions sont indissociables.

Pour aider les jeunes à accéder aux logements, de nombreux dispositifs de droit commun existent, et notamment ceux proposés par les Caisses d'Allocations Familiales. Mais ces aides aux logements, qui sont plafonnées et augmentent moins vite que les loyers, ne suffisent pas à réduire les taux d'effort qui augmentent de façon continue depuis plusieurs années.

Les nombreux dispositifs d'accompagnement portés par les acteurs locaux du logement sont par ailleurs peu lisibles et manquent de souplesse. Les plateformes expérimentales évaluées dans le cadre du Fonds d'Expérimentation pour la Jeunesse ont pu notamment montrer qu'un accompagnement dans la durée n'était pas forcément souhaitable pour des jeunes aspirant à l'autonomie.

Alors que les programmes de construction de logements locatifs sociaux sont en retard dans un grand nombre de communes par rapport à l'objectif fixé par la loi relative à la solidarité et aux renouvellements urbains (SRU)¹⁶⁰, et que le nombre de logements vacants s'élevait à plus de 2 millions en 2008 selon l'INSEE, il apparaît urgent d'agir également sur l'offre de logement, insuffisamment accessible et adaptée aux jeunes, qui ont besoin de solutions réactives à leurs besoins ponctuels et souvent urgents.

Quelles que soient les orientations politiques qui seront prises en matière d'accès au logement des jeunes, il apparaît d'autant plus urgent d'agir et d'évaluer le résultat des actions menées, que l'insertion professionnelle des jeunes en dépend très étroitement.

¹⁶⁰ La loi SRU impose aux communes de plus de 3 500 habitants de disposer d'au moins 20 % de logements sociaux d'ici à 2022.

2. LES JEUNES FACE À L'INSERTION PROFESSIONNELLE : UN PASSAGE OBLIGATOIRE PAR LA PRÉCARITÉ ? (CHRISTINE OLM, LARA MULLER)

Ce chapitre a pour objectif de faire le point sur les conditions d'entrée dans la vie active des jeunes de 18 à 29 ans. Il dresse un état des lieux de la situation professionnelle des moins de 30 ans et du processus d'entrée dans la vie active jusqu'à l'emploi stable. Il met en évidence les conditions de réussite de l'insertion et s'intéresse aux leviers d'actions en direction des jeunes les plus fragilisés professionnellement.

En France, les jeunes cumulent de nombreuses difficultés sur le marché du travail. Le constat le plus marquant relatif à la situation professionnelle des jeunes est leur fort niveau de chômage. En 2012, 22,4% des actifs de 18-24 ans sont au chômage contre 9,6% de l'ensemble des actifs, d'après l'Enquête Emploi de l'Insee. Si le taux de chômage est moins élevé parmi les 25-29 ans (12%), ce sont 23% des 20-24 ans et près de 30% des moins de 20 ans qui sont au chômage en 2009. Le fort taux de chômage des plus jeunes reflète surtout les difficultés d'insertion des moins diplômés car ceux qui poursuivent des études sont plus âgés et mieux préparés lorsqu'ils entrent sur le marché du travail. Pour une même date d'arrivée sur le marché du travail, les différences observées entre les tranches d'âge s'expliquent principalement par les différences de niveaux de formation atteints : les moins de 20 ans arrivant sur le marché de l'emploi sont moins diplômés que les 20-24 ans, eux-mêmes ayant un niveau de formation plus faible que les 25-29 ans. C'est pourquoi la situation des jeunes sera analysée ici en fonction de leur date de fin d'études et du temps écoulé depuis la fin de la formation initiale plutôt que selon leur âge comme cela est fait couramment.

2.1. L'accès à l'emploi stable, un parcours erratique

2.1.1. Des situations professionnelles souvent précaires

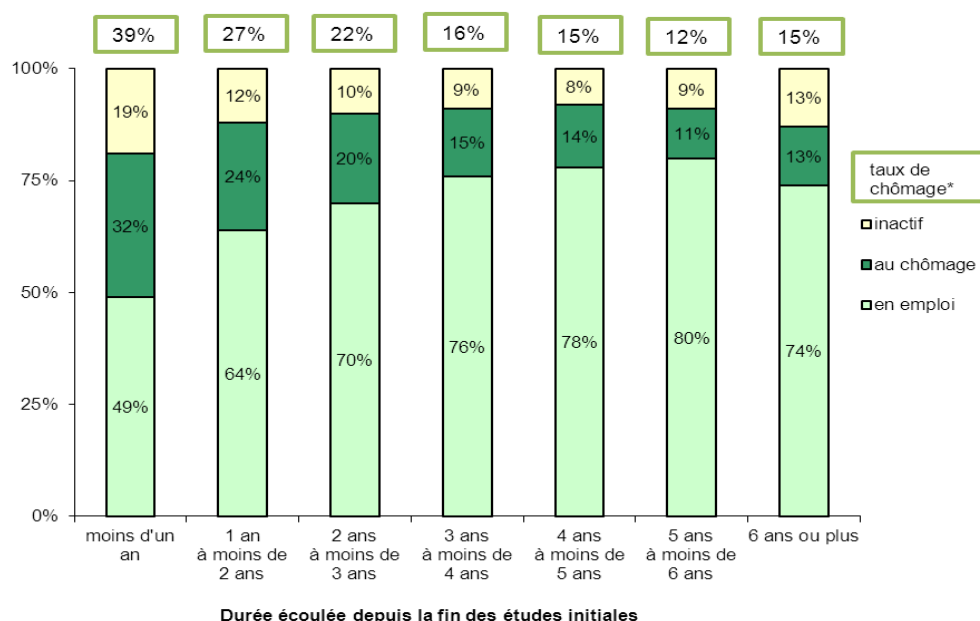
La participation des jeunes au marché du travail se fait sur plusieurs années après la fin des études. En 2009, parmi les jeunes sortis de formation depuis 12 mois, la moitié travaille. Plus généralement, la proportion des 18-29 ans en emploi est d'autant plus importante que la durée écoulée depuis la fin des études est longue. La proportion d'actifs occupés atteint 80% parmi les jeunes sortis depuis 5 ou 6 ans de leur formation initiale, tous niveaux de formation confondus, mais reste toutefois légèrement inférieure à celle observée pour les 30-39 ans dont 83% sont en emploi (Figure 37).

2.1.1.1. Un taux de chômage très élevé, notamment en sortie de formation

La principale caractéristique de l'emploi des jeunes est le fort taux de chômage qu'ils subissent. Il est particulièrement fort, 39%, pour les jeunes qui ont fini leur formation initiale depuis moins d'un an. De 27% pour les jeunes sortis de formation initiale un an à moins de deux ans plus tôt, il passe à 22% pour ceux sortis deux ans à trois ans auparavant (Figure 37). La proportion de jeunes au chômage diminue avec la durée écoulée depuis la fin des études, c'est-à-dire avec leur durée de présence sur le marché du travail.

Une frange de la population des 18-29 ans est en dehors du marché du travail, c'est-à-dire n'est ni en emploi ni au chômage. Cette proportion est d'autant plus faible que la durée écoulée depuis la fin des études est importante : elle est de 19% parmi les jeunes qui sont récemment sortis du système scolaire contre 9% parmi ceux qui en sont sortis depuis 5 ou 6 ans. Néanmoins, parmi les 18-30 ans qui ont fini leurs études depuis 6 ans ou plus, ce pourcentage est un peu plus élevé (13%). Cette inflexion correspond en partie au retrait du marché du travail de jeunes femmes qui deviennent mère et arrêtent de travailler, au moins temporairement. Ces situations renvoient probablement aussi à des jeunes exclus du marché de l'emploi qui s'en éloignent durablement au bout de plusieurs années après la fin de leur parcours scolaire (encadré 1).

Figure 37 : Taux de chômage et situation d'emploi des 18-29 ans, selon la durée écoulée depuis la fin des études initiales



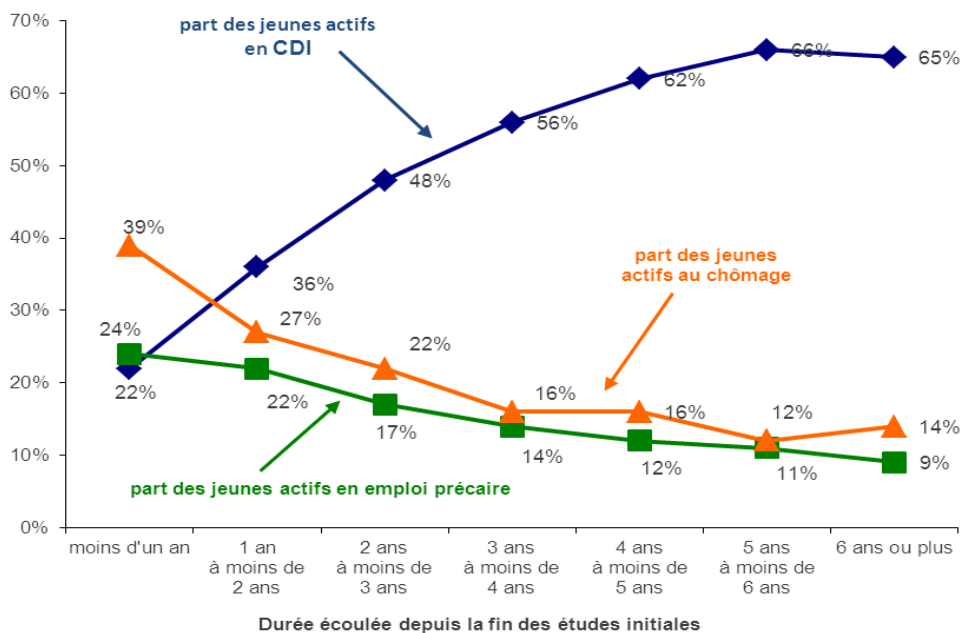
* Le taux de chômage est la proportion de personnes au chômage dans l'ensemble des personnes au chômage ou en emploi.

Note de lecture : En 2009, parmi les jeunes sortis de formation initiale depuis moins d'un an, 19% sont inactifs, 32% sont au chômage et 49% sont en emploi. Le taux de chômage est de 39%.

Source : Enquête Emploi 2009, INSEE – exploitation CREDOC

Champ : personnes de 18 à 29 ans.

Figure 38 : Chômage, emploi stable et emploi précaire des actifs de 18-29 ans, selon la durée écoulée depuis la fin des études



Exemple de lecture : parmi les des jeunes sortis depuis moins d'un an de formation initiale, 24% sont en emploi précaire (intérim, CDD de moins de 6 mois, contrat aidé), 22% sont au chômage, 39% occupent un CDI (à temps plein ou à temps partiel choisi). Les autres formes d'emploi (indépendants, CDI à temps partiel contraint et apprentissage) n'apparaissent pas sur le graphique. Le total ne fait donc pas 100%.

Source : Enquête Emploi 2009, INSEE – exploitation CREDOC ; Champ : personnes de 18 à 29 ans.

Encadré 1 : Les jeunes durablement éloignés de l'emploi

Un précédent cahier de recherche du CREDOC analysait la prise en charge des jeunes éloignés de l'emploi de qualité¹⁶¹ et avait identifié la problématique de jeunes qui ne parvenaient pas à s'insérer professionnellement jusqu'à basculer dans l'inactivité. Il peut s'agir de jeunes reconnus comme handicapés, ou de jeunes dans des situations d'addiction ou connaissant des problèmes psychologiques importants. Les différentes études menées par le CREDOC sur les bénéficiaires du RMI puis du RSA complètent cet éclairage : parmi les jeunes bénéficiaires d'un minimum social, certains, sans être aussi éloignés de l'insertion professionnelle que ceux mentionnés ci-dessus, ont une image faussée du monde du travail. Ils peinent à faire leur deuil de l'emploi idéal qu'ils pensaient pouvoir trouver : proche géographiquement de leur domicile, ciblé sur leur centre d'intérêt et bien rémunéré. Enfin, les chercheuses Elisabeth Dugué et Anne Verger identifient une troisième catégorie de personnes durablement éloignées de l'emploi qu'elles qualifient d'« inemployables »¹⁶² : des jeunes vivant en grande banlieue et ayant un rapport conflictuel avec le monde du travail parce qu'il les exclut. Comme les précédents, ils ont une image décalée de ce qu'est le monde du travail qu'ils jugent injuste. Lorsqu'ils ont des contacts avec l'emploi, la précarité des postes occupés accroît le sentiment d'échec et d'injustice.

2.1.1.2. Des premiers emplois généralement précaires : CDD courts, intérim...

L'accès à l'emploi n'est pas toujours synonyme de stabilité professionnelle. L'accès à l'emploi de qualité, défini comme un CDI à temps plein ou à temps partiel choisi ou un poste de fonctionnaire, dépend beaucoup du temps écoulé depuis la fin des études. En 2009, parmi les jeunes actifs sortis de formation initiale depuis moins d'un an, 22% soit près d'un sur quatre a un emploi précaire c'est-à-dire occupe un CDD de moins de 6 mois, un emploi saisonnier, en intérim ou un contrat aidé (Figure 38). Cette proportion est stable, aux environs de deux tiers, parmi les jeunes actifs sortis de formation 4 ans auparavant ou depuis plus longtemps. Elle reste dans tous les cas inférieure à celle observée pour les actifs de 30 à 39 ans parmi lesquels 73% occupent un emploi de qualité. Dans l'ensemble, près d'un actif de moins de 30 ans sur six a un emploi précaire.

¹⁶¹ M. Angotti, I. Aldeghi, M. Brezault, C. Olm « Deuxième chance ? La prise en charge des jeunes éloignés de l'emploi de qualité », Cahier de recherche du CREDOC C 257, 2008.

¹⁶² E. Dugué, A. Verger « Les inemployables » dans Éducation Permanente n°156, 2003.

Cette précarisation est liée aux évolutions des formes d'emploi. Les moins de 30 ans, particulièrement nombreux parmi les embauchés récents, sont les premiers à subir les transformations du marché du travail, et notamment, sa flexibilité croissante¹⁶³.

Les nombreux changements professionnels occasionnés par la fin de contrats à durée déterminée et la récurrence des périodes de chômage contribuent également au taux de chômage élevé des jeunes pendant les trois premières années de vie active.

2.1.1.3. un tiers de jeunes en situation de déclassement

Un autre indicateur de la complexité de l'insertion professionnelle des jeunes est l'émergence du déclassement. Ce phénomène désigne « la situation des personnes qui possèdent un niveau de formation supérieur à celui normalement requis pour l'emploi qu'elles occupent ». Il peut aussi être défini en référence au salaire au lieu du niveau d'emploi, ou encore être appréhendé de façon subjective à partir de l'opinion des jeunes en emploi. La part de jeunes en situation de déclassement 3 ans après la sortie de formation varie de 29% à 36% selon l'approche retenue¹⁶⁴.

2.1.2. Des premiers contacts avec l'emploi néanmoins rapides et répétés

Si les 18-29 ans passent régulièrement par des périodes de chômage, leurs durées de chômage sont néanmoins moins élevées en moyenne que celles du reste des actifs¹⁶⁵. Leur insertion sur le marché du travail se caractérise néanmoins par des contacts rapides et répétés avec l'emploi. Confrontés à des contrats précaires, les jeunes sont obligés de changer fréquemment d'employeurs avant de parvenir à l'emploi durable.

Selon l'enquête « Génération » du Céréq réalisée en 2007 auprès de jeunes sortis du système scolaire en 2004, la quasi-totalité d'entre eux (94%) a travaillé dans les trois années suivant leur sortie de formation et que plus de la moitié a obtenu son premier emploi en moins de 3 mois. Si l'accès au premier emploi est en général assez rapide, ces premières expériences professionnelles sont souvent précaires, d'où les situations peu stables des jeunes dans leurs premières années de vie active.

Moins d'un tiers (30%) ont accédé à l'emploi directement en contrat à durée indéterminée. Les deux tiers des jeunes de la Génération 2004 sont entrés dans la vie professionnelle par le biais d'un contrat précaire : 38% via un CDD, 19% via une mission d'Intérim, 9% via un contrat aidé. Seuls 14% transformeront ce premier contrat en CDI

¹⁶³ Y. Fondeur, C. Minni « L'emploi des jeunes au cœur des dynamiques du marché du travail », Economie et Statistiques n°378-379, p85-102, Insee, 2004.

¹⁶⁴ J.F. Giret, E. Nauze-Fichet, M. Tomasini « Le déclassement des jeunes sur le marché du travail », Données Sociales, INSEE, 2006. Étude réalisée par l'INSEE à partir des données de l'enquête génération 1998 du Céréq.

¹⁶⁵ C. Minni, P. Pommier « Emploi et chômage des 15-29 ans en 2010 », Dares Analyses n°39, mai 2011.

dans la même entreprise. Ces contrats sont rarement pérennisés. Selon l'enquête réalisée par le CREDOC en 2009 auprès de 1 000 salariés de moins de 26 ans¹⁶⁶, un tiers seulement de ceux qui occupent un CDI sont entrés chez leur employeur par le biais d'un autre contrat (CDD, apprentissage, intérim...).

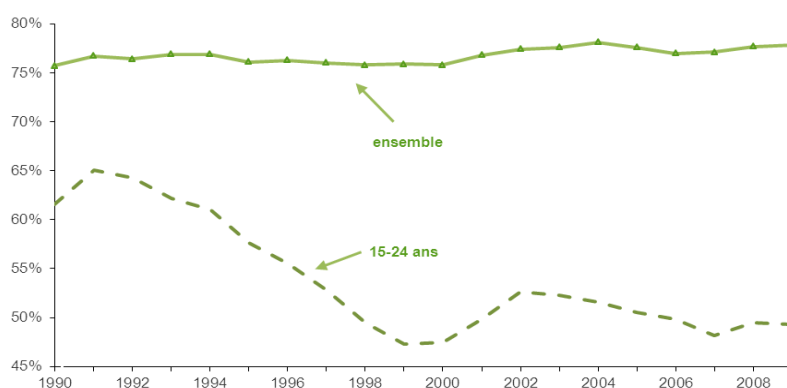
Il en résulte une augmentation du nombre d'employeurs par lesquels passent les jeunes. Parmi les salariés de moins de 26 ans interrogés par le CREDOC en 2009, seuls 30% n'ont eu qu'un seul emploi ; la moitié en a connu au moins trois, près du quart ont occupé au moins quatre emplois différents. De façon générale, au cours de leurs premières années de vie active, les jeunes sont plus mobiles que les salariés plus âgés, mais après 10 ans sur le marché de l'emploi leur mobilité se rapproche de la moyenne de l'ensemble des actifs.

2.1.3. Une détérioration des conditions d'insertion

2.1.3.1. De moins en moins de jeunes en CDI

La dégradation des conditions d'emploi des jeunes salariés est manifeste si l'on prend pour indicateur la proportion de CDI. Au cours des vingt dernières années, l'écart entre la situation des jeunes et celle de l'ensemble des actifs s'est creusé. La part des jeunes de 15 à 24 ans en CDI est passée de plus de 60% au début des années 90 à moins de 50% depuis le milieu des années 2000 tandis que pour l'ensemble des salariés cette proportion est restée relativement stable, entre 76% et 78% sur la période (Figure 39).

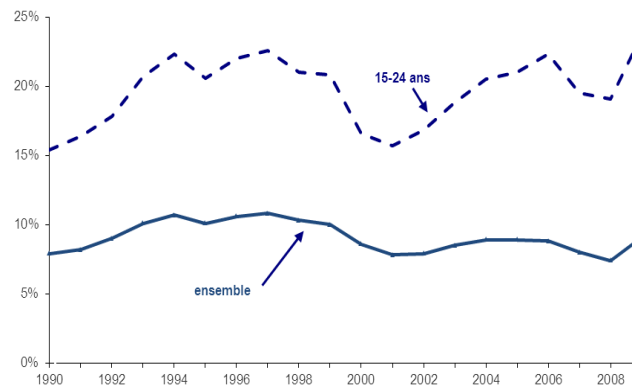
Figure 39 : Part des emplois en CDI depuis 1990



Sources : Enquêtes Emploi, INSEE.

¹⁶⁶ M. Brezault, C. Olm « Politiques locales de la jeunesse et expérimentations sociales. Vers une cohérence des politiques de la jeunesse ? », Cahier de recherche du CREDOC C 266, 2009.

Figure 40 : Taux de chômage depuis 1990



Sources : Enquêtes Emploi, INSEE.

2.1.3.2. Un accroissement des difficultés d'insertion

Depuis plus de trente ans, le taux de chômage a toujours été plus élevé pour les jeunes que pour les plus âgés. En période de difficultés conjoncturelles, le taux de chômage des jeunes a tendance à sur-réagir, l'emploi des jeunes servant de variable d'ajustement parmi d'autres. Ainsi, l'écart entre le taux de chômage des jeunes et celui de l'ensemble des actifs s'est particulièrement creusé en réaction aux difficultés économiques du milieu des années 90, en 2003 puis tout récemment en 2008 (Figure 40). Une situation économique plus favorable se traduit généralement par une baisse des taux de chômage notamment pour les jeunes comme au début des années 2000.

La comparaison des conditions d'insertion des différentes générations sortant du système éducatif observées successivement par le Céréq met en évidence les effets conjoncturels de la crise de 2008 mais aussi les tendances à moyen terme¹⁶⁷.

Les générations sorties du système scolaire en 1998, 2004 et 2007 sont arrivées sur le marché du travail dans des contextes économiques distincts. Les sortants de formation en 2007 qui bénéficiaient d'un contexte plus favorable que les précédentes générations sont entrés rapidement dans l'emploi mais le retournement de tendance économique de 2008 a eu pour effet de stopper net leur insertion. Les sortants de la génération 2004 sont arrivés sur le marché du travail dans une période plus tendue, occasionnant une insertion moins rapide qu'en 2007, mais, pour cette génération, le taux d'emploi a progressé de façon continue. Quant à la génération 98, elle a également rencontré des difficultés d'insertion, mais sur le moyen terme, les jeunes de cette génération ont moins été confrontés au

¹⁶⁷ Céréq : « Sur les rails de la stabilisation dans l'emploi après dix ans de vie active », Bref n° 285, mai 2011.

Céréq « Quand l'école est finie, premiers pas dans la vie active de la génération 2004 », 2009 .

Céréq « Génération 2004 : des jeunes pénalisés par la conjoncture », Bref n° 248, janvier 2008.

Céréq « Le diplôme : un atout gagnant pour les jeunes face à la crise », Bref n° 283, mars 2011.

chômage que les générations plus jeunes sur le moyen terme. En effet, trois ans après leur sortie de formation initiale, 10% des jeunes de la génération 98 sont au chômage, contre 14% de ceux de la génération 2004 et 18% de ceux sortis de formation initiale en 2007 (Tableau 14). Même si ces générations n'ont pas des profils parfaitement comparables, ces résultats attestent de l'accroissement général des difficultés d'insertion au cours de la décennie passée.

A plus long terme, selon les observations du Céréq, la génération 98 se caractérise globalement par une relative stabilité professionnelle 10 ans après la fin de la scolarité initiale. Nous ne disposons cependant pas encore de recul suffisant pour comparer les situations respectives des autres générations à plus long terme et vérifier l'hypothèse selon laquelle la situation professionnelle des jeunes se stabilise au bout de 10 ans de vie active.

Tableau 14 : Situation professionnelle 3 ans après la sortie du système scolaire des générations « 98 », « 2004 » et « 2007 » du Céréq

	Génération sortie en		
	1998	2004	2007
Situation en	2001	2007	2010
Taux d'emploi	83	77	73
Taux de chômage	10	14	18

Source : Céréq

2.2. difficultés spécifiques aux jeunes et facteurs de réussite

2.2.1. Des difficultés spécifiques

Les jeunes présentent des spécificités qui les fragilisent sur le marché du travail. La première d'entre elles est liée à leur **manque d'expérience professionnelle**. Les moins de 30 ans ont besoin d'acquérir de l'expérience professionnelle pour répondre aux exigences des employeurs. Ils constituent une population qui accepte plus facilement des contrats précaires (CDD, temps partiels contraints, intérim...) lorsque le marché de l'emploi est tendu. Leur faible expérience dans l'entreprise en fait par ailleurs une main d'œuvre qui peut être remplacée facilement.

Autre spécificité des jeunes qui s'ajoute à la première, leur statut incontournable de **nouveaux embauchés**¹⁶⁸. Outre leur faible expérience professionnelle, ils représentent une population pour laquelle les ruptures de contrat sont relativement peu coûteuses. Le taux d'emploi des personnes entrées depuis moins d'un an dans une entreprise apparaît en effet beaucoup plus sensibles aux cycles économiques que les salariés plus anciens

¹⁶⁸ Par « nouveaux embauchés » on désigne ici les personnes entrées dans l'entreprise depuis moins de deux ans.

dans l'entreprise, et ce, indépendamment de leur ancienneté totale sur le marché du travail¹⁶⁹.

Le développement des phénomènes de déclassement renvoie à l'hypothèse d'une **saturation des emplois qualifiés**, dont l'augmentation n'est pas suffisante au regard de celle des niveaux de diplôme et à l'afflux de jeunes diplômés du supérieur. Le Centre d'Analyse Stratégique propose une analyse de ces phénomènes centrée sur une dichotomie du marché du travail entre les nouveaux entrants et les plus anciens : les emplois les plus qualifiés sont déjà occupés par les salariés des générations précédentes, les nouveaux entrants (ou les nouveaux embauchés), et donc en particulier les jeunes, ont alors plus de difficultés à accéder à des postes stables et qualifiés.

Enfin, certaines **représentations que les jeunes et les entreprises ont de leurs réalités respectives** sont des freins à leur insertion sur le marché du travail¹⁷⁰. Pour les jeunes, il s'agit à la fois d'un déficit de représentations de certains métiers, et d'une difficulté à comprendre et à s'adapter aux règles de l'entreprise. Pour les entreprises, notamment après des expériences d'embauche soldées par un échec, il s'agit de représentations négatives des jeunes axées sur un manque de savoir-être et d'application, des difficultés à respecter les horaires de travail.

2.2.2. Les facteurs de réussite

2.2.2.1. Le diplôme : un atout, et une protection en temps de crise

En France, détenir un diplôme est un atout pour entrer sur le marché du travail. Inversement les non diplômés sont les plus exposés au chômage et à la précarité. En 2009, parmi les jeunes sortis de formation initiale depuis moins de trois ans, le taux de chômage des jeunes non diplômés est fort (54%) et quatre fois supérieur à celui observé parmi les titulaires d'un Bac +2 au moins (Tableau 15). Le diplôme protège du chômage en période de crise : en 2008, les effets de la crise ont été moindres pour les diplômés du supérieur¹⁷¹.

Détenir un diplôme du supérieur détermine fortement l'accès à un contrat de qualité, c'est-à-dire un contrat à durée indéterminée à temps plein ou à temps partiel choisi. Selon l'Enquête Emploi de l'Insee, dans les deux ans après leur sortie de formation initiale, plus de la moitié des jeunes actifs diplômés du supérieur ont ainsi accédé à un CDI. Toutefois,

¹⁶⁹ Y. Fondeur, C. Minni « *L'emploi des jeunes au cœur des dynamiques du marché du travail* », Économie et Statistiques n° 378-379, p85-102, Insee, 2004.

¹⁷⁰ Voir par exemple « *25 ans de politique d'insertion des jeunes : quel bilan ?* », Avis du Conseil Économique et Social, présenté par C. Dumont, 2008.

¹⁷¹ Cérég : « *Le diplôme : un atout gagnant pour les jeunes face à la crise* », Bref n° 283, mars 2011; Le Rhun B., Martinelli D., Minni C. « *Face à la crise, le diplôme reste un rempart efficace contre le chômage* », in Formations en emploi, édition 2011, Insee.

les études du Céréq montrent une différenciation dans l'insertion professionnelle des jeunes diplômés selon leur cursus dans le supérieur¹⁷². Sans surprise, les jeunes issus d'écoles d'ingénieur ou de commerce s'insèrent le plus rapidement. Par exemple, parmi eux en 2007, soit 3 ans après leur sortie de formation initiale, seuls 4% sont au chômage, la proportion en emploi atteignant 94% dont 91% sont en CDI. Parmi les jeunes diplômés, les titulaires d'un doctorat et les titulaires d'une maîtrise n'ayant pas poursuivi leurs études connaissent en revanche une insertion moins rapide (qui reste néanmoins bien meilleure que celle observée parmi les jeunes à faible niveau de formation). Les jeunes titulaires d'un doctorat sont néanmoins relativement peu nombreux à accéder à des CDI, moins de 50% ont un contrat à durée indéterminée 3 ans après la fin de leur thèse (Tableau 16). Ce taux relativement faible peut s'expliquer par le grand nombre de postes occupés dans le secteur public, en tant que contractuels, sans titularisation.

Enfin, être titulaire d'un diplôme du supérieur est déterminant pour une insertion professionnelle stable sur le long terme. Les plus diplômés connaissent de meilleures perspectives que leurs collègues moins diplômés en termes d'évolution professionnelle et salariale¹⁷³.

Tableau 15 : Situation vis-à-vis de l'emploi en 2009 des 18-29 ans sortis d'études entre 2007 et 2009

	% en emploi	% au chômage*	% en CDI à temps plein ou à partiel choisi**
Niveau de diplôme			
Aucun diplôme ou certification d'études primaires	32	<u>52</u>	18
Brevet des collèges	39	<u>44</u>	22
CAP, BEP	57	28	30
Baccalauréat ou brevet professionnel	63	25	33
Bac +2	<u>78</u>	12	<u>49</u>
Diplôme supérieur à Bac +2	<u>78</u>	13	<u>53</u>
Ensemble	64	27	39

* Parmi les actifs

**Parmi ceux en emploi

Source : Enquête Emploi 2009, INSEE – exploitation CREDOC

Champ : jeunes de 18 à 29 ans sortis d'études entre 2007 et 2009.

¹⁷² Dans l'Enquête Emploi, les effectifs de jeunes de niveau de formation supérieure ou égale à Bac +2 ne sont pas suffisants pour mener des analyses par filière de formation.

¹⁷³ Idem.

Tableau 16 : Situation professionnelle 3 ans après la sortie du système scolaire des générations « 2004 » et « 2007 » du Céréq, selon leur niveau de diplôme

Génération sortie en	Taux d'emploi			Taux de chômage			% de CDI ou fonctionnaire**		
	2004	2007	écart (en pts)	2004	2007	écart (en pts)	2004	2007	écart (en pts)
	Situation en 2007	2010		2007	2010		2007	2010	
Ensemble	77	73	-4	14	18	4	60	60	0
Sans diplôme	56	48	-8	33	40	7	41	37	-4
CAP, BEP	76	70	-6	17	24	7	55	54	-1
Bac professionnel ou technique	78	75	-3	13	15	2	57	54	-3
Bac général	62	55	-7	14	19	5	51	43	-8
Bac +2	88	86	-2	7	9	2	68	68	0
Licence L3	83	80	-3	7	11	4	70	71	1
Bac +4*	83*	85*	*	10*	8*	*	67*	72*	*
DEA, DESS, M2, grandes écoles	91	88	-3	8	9	1	79	79	0
Doctorat	91	92	1	7	5	-2	48	49	1
<i>Ensemble du supérieur</i>	<i>87</i>	<i>85</i>	<i>-2</i>	<i>7</i>	<i>9</i>	<i>2</i>	<i>70</i>	<i>72</i>	<i>2</i>

* L'évolution observée entre la génération 2004 et la génération 2007 n'est pas significative parce qu'elle résulte avant tout du recul du nombre de sorties au niveau M1 dans les universités, qui augmente le poids relatif des diplômés d'écoles de niveau bac+4.

** Parmi ceux en emploi.

Source : Céréq.

2.2.2.2. L'insertion est plus rapide pour les jeunes issus de filières spécialisées

Un haut niveau d'études n'est pas le seul déterminant d'une insertion professionnelle rapide vers l'emploi stable ; la filière d'études joue également un rôle important. En 2009, parmi les jeunes ayant un niveau de formation au plus égal au baccalauréat, ceux qui détiennent un diplôme généraliste ont un taux d'emploi plus faible que l'ensemble des jeunes à même niveau de formation (49% contre 57%) et leur taux de chômage est plus élevé (39% contre 33%). A l'opposé, les jeunes s'étant orientés vers des filières spécialisées connaissent une insertion professionnelle plus rapide. C'est notamment le cas des jeunes diplômés en mécanique, informatique, finance, travail social, secrétariat, tourisme et hôtellerie, ou encore animation socio-culturelle.

L'enquête génération du Céréq réalisée en 2007 auprès des jeunes sortis de formation initiale en 2004 met également en évidence le rôle des filières de formation : l'accès à l'emploi est plus rapide pour les jeunes titulaires d'un CAP ou BEP industriel que pour ceux possédant un diplôme de même niveau dans le secteur tertiaire. Il en résulte, par exemple, que l'insertion des jeunes ayant un BEP ou CAP industriel est plus aisée que celles des jeunes diplômés d'un baccalauréat général. De façon générale, les jeunes moins diplômés bénéficient d'une insertion professionnelle rapide quand ils sont issus de filières correspondant à des secteurs en tension.

2.2.2.3. L'apprentissage, vecteur d'une insertion réussie

Les jeunes apprentis s'insèrent plus facilement que les jeunes de même niveau de formation et aux mêmes caractéristiques individuelles. Une analyse menée par l'Insee des résultats de l'enquête Génération 2004 du Céréq sur la situation professionnelle en 2007 des jeunes sortis de formation en 2004, aboutit également au constat que, à même niveau de formation, l'insertion professionnelle des jeunes apprentis est meilleure¹⁷⁴. Les jeunes passés par l'apprentissage sont plus souvent en emploi que les autres jeunes de même niveau de formation (84% contre 78%) ; de plus, ils sont en emploi depuis plus longtemps et sont plus souvent en CDI (74% contre 64%).

2.2.2.4. La mobilisation du réseau en renfort des candidatures

Les enquêtes menées sur l'insertion professionnelle des jeunes montrent l'importance du réseau pour accéder à l'emploi. Parmi les sortants de formation 2004 interrogés par le Céréq, 34% déclarent avoir eu connaissance de leur *premier* poste par leur réseau et 22% à la suite d'une candidature spontanée¹⁷⁵. Ils citent moins souvent les petites annonces (10%), leur établissement de formation (9%), l'intérim (7%) et les structures d'accompagnement telles que l'ANPE ou les Missions locales (7%).

L'enquête du CREDOC réalisée en 2009 auprès des salariés de moins de 26 ans s'intéressait aux facteurs qui leur semblaient les plus utiles pour accéder à l'emploi. Les jeunes répondants mentionnaient en premier lieu le réseau (45%) devant leur niveau d'étude (36%), leur expérience professionnelle après les études (29%) et les stages effectués pendant les études (22%).

L'Enquête Emploi de l'INSEE interroge les jeunes sur leur mode d'entrée dans l'entreprise, et non sur les modalités de connaissance de l'existence du poste. Les résultats sont donc un peu différents : ils mettent en évidence le rôle des candidatures spontanées, mentionnées par 43% des 18-29 ans en emploi en 2009. Les relations familiales, personnelles ou professionnelles sont importantes aussi mais à un niveau moins élevé que l'utilité que les plus jeunes leur attribuent (21%). Par ailleurs, 7% des jeunes citent une structure d'accompagnement, 5% les petites annonces, 2% un cabinet de recrutement.

Pour les jeunes qui ont trouvé un emploi, l'importance du réseau a été d'autant plus grande que leur niveau de formation est faible. Ainsi, en 2009, 36% des 18-29 ans non diplômés travaillent dans une entreprise où ils sont entrés en passant par leur réseau, contre 11% seulement des jeunes titulaires d'un diplôme au-delà d'un bac +2 et 15% de ceux de niveau bac +2 (Tableau 18). Les relations familiales, personnelles ou

¹⁷⁴ D. Abriac, R. Rathelot, R. Sanchez « L'apprentissage, entre insertion et formation professionnelles », Formations et Emplois, INSEE, 2009.

¹⁷⁵ Céréq : « Génération 2004 : des jeunes pénalisés par la conjoncture », Bref n° 248, janvier 2008.

professionnelles serviraient ainsi de clé d'entrée dans l'emploi quand le diplôme ou la qualification ne suffisent pas. Le rôle des réseaux pourrait être démultiplié avec l'apparition des réseaux professionnels sur Internet (LinkedIn, Viadeo...) sur le modèle des réseaux sociaux (Facebook, Twitter...) qui séduisent nombre de jeunes.

Tableau 17 : Mobilisation du réseau et des candidatures spontanées pour trouver l'emploi occupé en 2009

Comment êtes-vous entrés dans cette entreprise ?	Par une démarche personnelle auprès de l'employeur ou une candidature spontanée	Par relations familiales, personnelles ou professionnelles
Sexe		
Homme	39%	25%
Femme	47%	17%
Niveau de diplôme		
Aucun diplôme ou certification d'études primaires	35%	36%
Brevet des collèges	41%	28%
CAP, BEP	44%	27%
Baccalauréat ou brevet professionnel	45%	23%
Baccalauréat + 2 ans	48%	15%
Diplôme supérieur à Bac +2	38%	11%
Ensemble des salariés de 18 à 29 ans	43%	21%

Source : Enquête Emploi 2009, INSEE – exploitation CREDOC – Champ : salariés de 18 à 29 ans.

2.3. les politiques publiques pour l'emploi des jeunes

Les pouvoirs publics se sont emparés de la problématique de l'insertion professionnelle des jeunes vers la fin des années 70, dans un contexte général de prise de conscience de la nécessité d'interventions publiques sur le marché de l'emploi, à la suite de l'amplification du chômage résultant du premier choc pétrolier¹⁷⁶. Les politiques d'emploi en faveur des jeunes suivent deux grandes orientations : elles visent au départ principalement à réduire le coût du travail ; d'autre part, et c'est dans ce sens qu'elles se sont développées ces dernières années, elles se donnent pour objectif de former et améliorer la qualification des jeunes en réponse aux freins identifiés dans leur parcours. La majorité sont ciblées sur l'accompagnement vers l'emploi et la formation des jeunes peu ou non diplômés.

2.3.1. *Accompagnement, formation, relations avec les entreprises et emplois de transition pour les jeunes les plus en difficulté*

Les aides mises en place par les pouvoirs publics cherchent à réduire ces difficultés, selon, schématiquement, quatre modalités : des actions d'accompagnement, de formation, de

¹⁷⁶ Aeberhardt R., Crusson L., Pommier P., « Les politiques d'accès à l'emploi en faveur des jeunes : qualifier et accompagner », France, portrait social, Insee, édition 2011.

prise de contact avec l'entreprise et des emplois de transition. À ces actions, peuvent être ajoutées les formations en alternance, contrats de professionnalisation et contrats d'apprentissage.

Sur ces différents types d'actions, les jeunes ont accès à la plupart des mesures « de droit commun », qui peuvent également concerner leurs aînés. Les 16-25 ans bénéficient par ailleurs d'aides spécifiques dont les principales sont identifiées ci-après.

2.3.1.1. Le Civis au cœur des mesures d'accompagnement des jeunes

Les mesures d'accompagnement relèvent pour la plupart des organismes participant aux services publics de l'emploi (Pôle Emploi maisons de l'emploi, les Plans Locaux pour l'Insertion et l'Emploi ou PLIE...). Plus spécifique, l'accompagnement par les **Missions locales et par les Permanences d'Accueil, d'Insertion et d'Orientation (PAIO)** est destiné aux jeunes de 16 à 25 ans. Initiées en 1982, ces structures associatives font officiellement partie depuis 2005 du Service Public pour l'Emploi ce qui leur donne le droit « à l'accompagnement des jeunes vers l'emploi ». Elles ont pour missions de trouver des solutions aux difficultés sociales globales que peuvent rencontrer les jeunes (logement, santé, mobilité, formation, emploi, ...) avec pour priorité l'insertion professionnelle ; de mettre en œuvre un suivi individualisé des jeunes, pour construire un parcours d'insertion et de favoriser le placement des jeunes en entreprise. En 2009, les missions locales et PAIO ont reçu 515 000 jeunes en premier accueil et, dans l'ensemble, 1,3 million de jeunes ont été suivis par le réseau¹⁷⁷. Un sur cinq est en emploi durable ensuite, et deux sur cinq environ sont en sortie dynamique (emploi ou formation). En 2010, l'activité des missions locales et des PAIO s'est maintenue à son niveau de 2009¹⁷⁸. A noter que ces chiffres correspondent à une forte augmentation par rapport à l'année 2008 (467 000 jeunes en premier accueil en 2008) en lien probable avec la crise économique.

L'outil privilégié des missions locales pour le suivi des jeunes est le Contrat d'Insertion à la Vie Sociale (**CIVIS**) destiné aux jeunes à faible niveau de formation (niveau VI, V bis ou V non diplômé, ce qui correspond à des jeunes sans qualification ou de niveau bac +2 non validé). Mis en œuvre depuis avril 2005, l'accompagnement a pour objectif de permettre aux jeunes en difficulté de trouver un emploi durable. D'une durée d'un an renouvelable une ou plusieurs fois selon le niveau de formation, le CIVIS peut être assorti d'aides financières. Le grand nombre de jeunes suivis dans le cadre du CIVIS en fait un des instruments majeurs dans la politique d'accompagnement des jeunes en difficulté d'insertion. En 2010, 210 000 jeunes sont entrés en CIVIS contre 187 000 en 2009¹⁷⁹.

¹⁷⁷ L. Bonnevalle « L'activité des missions locales et PAIO en 2009 », Dares Analyses n° 026, mars 2011.

¹⁷⁸ L. Bonnevalle « L'activité des missions locales et PAIO en 2010 », Dares Analyses n° 007, janvier 2012.

¹⁷⁹ L. Bonnevalle « Le contrat d'insertion dans la vie sociale (CIVIS) : moins d'emploi à la sortie du CIVIS en 2009 et 2010 », Dares Analyses n° 008, janvier 2012.

Parmi les jeunes sortis en 2010, 28% ont accédé à un emploi durable (CDD de plus de 6 mois, CDI), 8% à un emploi non durable (CDD de moins de 6 mois ou contrat aidé) et 10% sont sortis vers une formation. Dans l'ensemble, 54% sont donc sortis sans solution. Le **contrat accompagnement-formation (CAF)** a été créé en 2009, dans le cadre du plan d'urgence pour l'emploi des jeunes. Contrairement aux précédents, il s'adresse aussi à des jeunes diplômés puisqu'il concerne les jeunes sortis de l'enseignement secondaire ou supérieur, ceux en rupture de contrats en alternance, ou encore les diplômés du supérieur d'un secteur n'offrant pas de débouchés professionnels. Il a pour objectif de préparer, si nécessaire, les jeunes à une formation qualifiante, ou de leur permettre d'obtenir un meilleur niveau de qualification, ou encore de compléter leur formation initiale. Prescrit et mise en œuvre par Pôle Emploi et les missions locales, ce dispositif en extinction concernait, en décembre 2010, 37 000 jeunes.

2.3.1.2. Les actions de formation destinées aux jeunes

En sus des actions de formation de droit commun (notamment les formations professionnelles financées par les Régions), deux dispositifs ont été mis en place spécifiquement pour les jeunes sortis du système scolaire sans qualification : les **Écoles de la 2^{ème} chance (E2C)** ont été créées en 1996. Elles visent « l'intégration durable des jeunes, à travers l'accès à l'emploi et une reconnaissance professionnelle ». Elles ciblent des jeunes sans qualification et sans emploi, le seul critère de sélection étant la motivation. Les E2C mettent en place des parcours de formation individualisés, d'une durée d'au moins 6 mois. Ce parcours comprend notamment la mise à niveau des apprentissages fondamentaux, un suivi personnalisé avant et après le parcours dans l'école, la construction d'un projet professionnel, une formation en alternance. Le réseau s'est fortement développé depuis sa création passant de 9 écoles en 2003 à 110 en 2012. Selon l'évaluation menée par le réseau E2C, en 2011, près de 11 500 jeunes ont été accueillis dans une des 96 écoles¹⁸⁰. Parmi les jeunes accueillis en 2011, environ un tiers sont toujours en formation à la fin de l'exercice et 46% sont allés jusqu'au bout du cursus. Parmi eux, un peu plus de la moitié a ensuite connu une sortie dite dynamique, vers la formation ou l'entreprise (figure 9).

L'Établissement Public d'Insertion de la Défense (EPIDe) a été créé en 2005. Il s'adresse à des jeunes de 16 à 25 ans sans diplôme ni qualification ou en voie de marginalisation. La formation, en internat, dure de 8 à 24 mois. Les jeunes reçoivent une formation civique et comportementale, une remise à niveau des fondamentaux scolaires et travaillent à la construction d'un projet professionnel. Ils bénéficient d'une allocation de 300 euros par mois.

¹⁸⁰ Réseau des Ecoles de la 2^{ème} chance en France « *Données 2011 & Perspectives* », mars 2012.

L'EPIDe est composé de 20 centres qui accueillent aujourd'hui plus de 2 300 jeunes, dont 34% sont originaires des quartiers de la politique de la ville. L'établissement peine cependant à atteindre les 10 000 volontaires qu'il visait d'accueillir dès 2006. Le bilan des premières années d'activité, dressé en 2011 par la Cour des Comptes, est très mesuré¹⁸¹. Elle relève que l'objectif d'insertion sociale et professionnelle de jeunes en déshérence que l'Etat s'était fixé s'est finalement réduit à un très petit nombre de bénéficiaires pour un coût très élevé et attire l'attention sur la nécessité de mieux évaluer l'efficacité du dispositif en termes d'insertion. Le taux de sortie vers l'emploi durable parmi les jeunes sortis en 2009 était de 25%. Ce taux masque une forte fréquence des abandons (un sur cinq au cours des deux premiers mois de formation).

2.3.1.3. Les actions permettant la prise de contacts avec les entreprises et le monde professionnel

Ces actions visent à favoriser le rapprochement entre le monde de l'entreprise et les jeunes, en leur permettant de découvrir des métiers et la réalité de leur exercice. Elles peuvent également permettre de pallier le manque de réseaux de certains jeunes.

Les **actions de parrainage** sont destinées en particulier aux jeunes de moins de 26 ans en difficultés d'insertion. Les parrains sont des bénévoles qui interviennent à deux niveaux : en amont par une aide à la recherche d'emploi, de la prospection, des mises en relation ; en aval, en jouant un rôle de médiation avec l'entreprise si nécessaire et en assurant un suivi dans l'emploi. Pour les jeunes, les missions locales sont les structures supports des réseaux de parrainage. Les dernières données disponibles datent de 2008 et font état de 22 000 jeunes bénéficiaires.

La **Période en Milieu Professionnel (PMP)**, permet aux jeunes « de découvrir au sein d'une entreprise, une ou plusieurs des métiers qui y sont exercés et de les sensibiliser aux conditions réelles du travail »¹⁸². Elle est destinée aux jeunes en CIVIS et est prescrite par les conseillers des Missions Locales. Elle est d'une durée maximale de 10 jours, éventuellement fractionnés et pouvant être exercés dans plusieurs entreprises.

Les résultats de ces actions ne sont cependant pas quantifiables car elles ne font l'objet d'aucune évaluation. Il n'est donc pas possible d'évaluer leur effet ni leur efficacité.

¹⁸¹ « L'Établissement Public de la Défense », Rapport annuel de la Cour des Comptes, 2011.

¹⁸² « Convention type 2011 relative aux périodes en milieu professionnel », DGEFP.

Tableau 18 : Principaux dispositifs et résultats des mesures d'accompagnements des jeunes

Dispositif	Public cible	Effectif de bénéficiaires*	Taux de sortie*
Accompagnement			
Accompagnement en Mission Locale ou PAIO	Jeunes de 16 à 25 ans	515 000 jeunes en premier accueil 1,3 million de jeunes en contact	21% en emploi durable 43% en sortie dynamique (emploi + formation)
Contrat d'Insertion dans la Vie Sociale (CIVIS)	Jeunes sans qualification ou de niveau bac +2 non validé (niveau VI, V bis ou V non diplômé)	210 000 jeunes	28% en emploi durable (CDD de plus de 6 mois, CDI) 8% en emploi non durable (CDD de moins de 6 mois ou contrat aidé) 10% en formation
Contrat d'accompagnement-formation (CAF)	Jeunes de 16 à 25 ans révolus, de niveau VI (sans qualifications) à II (bac +3), inscrits à Pôle emploi ou en mission locale, rencontrant des difficultés d'accès à l'emploi ou jeunes en difficulté d'insertion durable sur le marché du travail	37 000 jeunes de 2009 à fin 2010	
Formation			
École de la deuxième Chance (E2C)	Jeunes sans qualification	11 434 jeunes accueillis en 2011	47% de sorties, en 2011, dont 58% vers l'emploi ou la formation, soit 27% des jeunes accueillis
Établissement Public d'Insertion de la Défense (EPIDE)	Jeunes de 16 à 25 ans, sans diplôme ni qualification ou en voie de marginalisation	2 300 jeunes	25% en emploi durable (CDD de plus de 6 mois, CDI) les sortants
Prise de contact avec les entreprises			
Parrainage	Jeunes de moins de 26 ans en difficultés d'insertion	22 000 jeunes en 2008	
Période en Milieu Professionnel (PMP)	Jeunes en CIVIS		
Contrats aidés			
Contrat Unique d'Insertion (CUI)	Personnes en difficulté sur le marché de l'emploi	Jeunes <26 ans, au 4ème trimestre 2011 : CUI-CIE : 15 089 CUI-CAE : 56 344	Pas de données

* Quand ce n'est pas précisé, les effectifs de bénéficiaires et les taux de sortie concernent l'année 2010.

2.3.1.4. Les contrats aidés pour réduire le coût du travail

Le **Contrat Unique d'Insertion (CUI)** a été créé le 1^{er} janvier 2010. Il prend la forme, dans un cadre rénové :

- du *contrat initiative emploi* (CUI-CIE) le secteur marchand, qui remplace le CIE (Contrat Initiative Emploi) et CI-RMA (Contrat d'insertion Revenu minimum d'Activité, destiné aux bénéficiaires de minima sociaux) ;
- du *contrat d'accompagnement dans l'emploi* (CUI-CAE) dans le secteur *non marchand*, qui remplace le CAE (Contrat d'accompagnement dans l'Emploi) et le Contrat d'avenir, anciennement utilisé pour les bénéficiaires de minima sociaux.

Ces contrats ont pour objectif d'inciter les employeurs à recruter des personnes en difficulté sur le marché de l'emploi en leur accordant une aide. Les employeurs s'engagent à mettre en œuvre des actions d'accompagnement et de formation des bénéficiaires. Ces contrats ne sont pas réservés aux jeunes, mais ces derniers sont nombreux parmi leurs bénéficiaires. En décembre 2011, environ 15 100 personnes de moins de 26 ans sont en CUI-CIE. Elles représentaient environ un tiers des bénéficiaires de ces contrats. Par ailleurs, 56 000 personnes de moins de 26 ans étaient en CUI-CAE (un quart des bénéficiaires)¹⁸³.

Les dernières données sur l'insertion à l'issue de ces contrats datent de 2008 avant la création du CUI : 6 mois après leur sortie, 67% des jeunes bénéficiaires d'un CIE étaient en emploi, et 54% en emploi durable¹⁸⁴. Pour les CAE, ces taux étaient respectivement de 45% et 30%, des résultats moins élevés qui s'expliquent probablement par le fait que les CAE concernent en pratique des publics plus éloignés de l'emploi que ceux visés par les CUI.

Un récent rapport de la Cour des Comptes mentionne des résultats provisoires d'une évaluation menée par la Dares auprès de personnes qui s'étaient inscrites à l'ANPE au deuxième trimestre 2005 et ont bénéficié de contrats aidés dans les mois suivants. Au regard de leur situation vis-à-vis de l'emploi 5 ans après leur inscription à l'ANPE, il ressort que le passage par un CIE augmente la probabilité d'être en emploi 5 ans plus tard alors que le passage par un CAE est neutre¹⁸⁵. Dans les deux cas, l'effet est plus sensible quand l'emploi aidé a été doublé d'une formation. Dans les deux cas également, la durée du contrat a un effet positif sur l'insertion professionnelle tandis qu'un long délai entre l'inscription à l'ANPE et l'entrée en contrat aidé joue négativement sur l'insertion. Si ces résultats sont souvent interprétés dans un sens favorable aux emplois aidés marchands, et défavorables aux emplois aidés non marchands les premiers accroîtraient l'employabilité des travailleurs, au contraire des seconds, qui pourraient même avoir un effet pervers de stigmatisation et d'enfermement des bénéficiaires dans l'emploi aidé. Leur interprétation doit cependant se faire en tenant compte des grandes différences qui existent entre les bénéficiaires d'un CIE (secteur marchand) et ceux d'un contrat aidé non marchand, les contrats du secteur non marchand bénéficiant à des personnes beaucoup plus éloignées de l'emploi que les contrats du secteur marchand.

¹⁸³ Les contrats uniques d'insertion, tableaux trimestriels de l'année 2011, Dares, 2012.

¹⁸⁴ Y. Fendrich « L'insertion professionnelle des personnes sortant de contrats aidés en 2008 : un accès à l'emploi relativement peu affecté par la dégradation de la conjoncture », Dares Analyses n°078, 2010.

¹⁸⁵ Travail et Emploi, Politiques du Travail et de l'Emploi, Rapport de la Cour des Comptes n° 3805, Annexe n°44, 2011.

2.3.2. Les limites de ces dispositifs

2.3.2.1. Un mille-feuille de dispositifs

En France, la politique de l'emploi en faveur des jeunes semble marquée par des phénomènes de « cliquet » qui en font une composante largement structurelle du système d'insertion des jeunes¹⁸⁶. Un des principaux reproches formulés à l'encontre des dispositifs d'aide à l'insertion professionnelle des jeunes est leur émiettement. Un cahier de recherche du CREDOC montrait que leur juxtaposition était facteur d'inefficacité¹⁸⁷. Ils sont nombreux, avec des objectifs parfois proches et ils sont mis en œuvre par une pluralité d'opérateurs. Par ailleurs, ils connaissent des évolutions fréquentes dans le temps. Si cette diversité permet en théorie une bonne adaptation des propositions faites aux jeunes, en pratique, ce n'est pas toujours le cas. Toutes les propositions n'existent pas sur tous les territoires car certaines actions dépendent notamment des niveaux locaux. En outre, les modalités de mise en œuvre et de sélection des publics s'avèrent parfois différentes d'un endroit à un autre.

Cet éparpillement des opérateurs et des mesures est à l'origine d'une mauvaise lisibilité des actions pour :

- les pouvoirs publics : il est très complexe de déterminer qui sont les jeunes qui bénéficient, globalement, des mesures mises en œuvre et, surtout, quels sont ceux qui, alors qu'ils auraient besoin d'accompagnement, ne sont pas en contact avec le service public de l'emploi ou ses opérateurs ;
- les jeunes, qui peinent à comprendre quels sont leurs droits et à quels acteurs ils peuvent légitimement s'adresser : l'enquête de 2009 du CREDOC auprès de jeunes salariés montre que nombreux sont ceux qui estiment mal connaître les actions auxquelles ils auraient pu avoir droit¹⁸⁸. Plus de 60% de ceux qui ont connu des périodes de chômage pensaient mal connaître les différentes mesures d'aides dont ils auraient pu bénéficier pendant leur recherche d'emploi. Et parmi ceux qui estiment bien les connaître, seule une minorité est capable d'identifier des actions précises comme par exemple l'accompagnement par les Missions locales, le CIVIS, l'accès aux contrats aidés ou la formation professionnelle. En outre, en lien avec cette faible appropriation, les jeunes salariés sont nombreux à considérer que les aides n'ont que peu d'impact sur leur insertion professionnelle ;

¹⁸⁶ Y. Fondeur, C. Minni « *L'emploi des jeunes au cœur des dynamiques du marché du travail* », Économie et Statistiques n° 378-379, pp.85-102, Insee, 2004.

¹⁸⁷ M. Angotti, I. Aldeghi, M. Brezault, C. Olm « *Deuxième chance ? La prise en charge des jeunes éloignés de l'emploi de qualité* », Cahier de recherche du CREDOC C 257, 2008.

¹⁸⁸ M. Brezault, C. Olm « *Politiques locales de la jeunesse et expérimentations sociales. Vers une cohérence des politiques de la jeunesse ?* », Cahier de recherche du CREDOC C 266, 2009.

- les entreprises, qui ne repèrent pas forcément les mesures incitatives à l'embauche de jeunes salariés.

Les critiques à l'encontre de ces dispositifs portent aussi sur les coûts qu'ils engendrent. Les formations dispensées au sein des E2C ont un coût plus très élevé que les accompagnements réalisés par les Missions Locales dans le cadre du droit commun par exemple. Ces coûts doivent cependant être mis en regard avec les caractéristiques des jeunes entrants, parfois extrêmement éloignés de l'emploi. Si ces dispositifs ne font pas tous l'objet d'évaluation, il convient de les évaluer à l'aune des enjeux de société auxquels ils doivent répondre.

2.3.2.2. La question de la stabilité financière des jeunes

La question des revenus sociaux à destination des jeunes est en débat. En difficulté financière, face à des problèmes de logement ou d'autres contraintes, certains jeunes en recherche d'emploi¹⁸⁹ acceptent probablement des emplois même très précaires et abandonnent alors des parcours d'insertion qui les auraient sans doute conduits à une situation professionnelle stable.

La volonté des législateurs, lors de la création du RMI notamment, était de ne pas les inclure dans un dispositif dans lequel ils auraient pu s'installer¹⁹⁰. Face à ce débat, l'État a souhaité évaluer l'impact possible d'une allocation sur les parcours d'insertion des jeunes et expérimente depuis début 2011, au sein d'environ 80 missions locales volontaires, le Revenu Contractualisé d'Autonomie (**RCA**). L'accompagnement mis en œuvre est proche du CIVIS. Il s'en différencie par l'allocation d'un revenu garanti de 250 euros mensuels la première année, dégressif la seconde année. Contrairement au CIVIS, l'allocation est versée même en cas de reprise d'emploi en vue de sécuriser les parcours. Le dispositif est en cours d'évaluation.

2.3.3. Le développement des formations professionnelles et de l'alternance

Le développement des formations professionnelles et en alternance repose sur le constat de la réussite de l'insertion des apprentis notamment, et le reproche récurrent du caractère trop théorique des cursus classiques, qui seraient éloignés du monde de l'entreprise et de ses besoins. Dans les filières professionnelles, la formation en alternance en particulier apparaît comme un outil pertinent pour former des jeunes tout en leur

¹⁸⁹ La recherche d'emploi engendre des coûts financiers supplémentaires : déplacements, téléphone, habillement...

¹⁹⁰ Le RSA jeunes, mis en place depuis septembre 2010 à destination des moins de 25 ans, est accordé aux jeunes ayant travaillé au moins deux ans au cours des trois dernières années. Cette condition répond à la crainte d'un dispositif non incitatif à l'emploi pour les personnes qui ne seraient pas encore dans le champ de l'insertion professionnelle. Sa conséquence en est une exclusion de fait de la plupart des jeunes.

permettant d'acquérir une expérience professionnelle et la connaissance du monde du travail.

2.3.3.1. L'alternance : contrat d'apprentissage et contrat de professionnalisation

Deux types de contrat sont proposés aux jeunes pour se former en alternance : le **contrat d'apprentissage**, destiné principalement aux jeunes âgés de 16 à 25 ans, et le **contrat de professionnalisation**, destiné également aux jeunes de 16 à 25 ans, ainsi qu'aux adultes d'au moins 26 ans, demandeurs d'emploi, bénéficiaires du RSA, en contrat aidé. Le contrat de professionnalisation, s'est substitué aux anciens contrats en alternance : contrats de qualification jeunes et adultes, contrat d'adaptation et contrat d'orientation.

L'apprentissage s'est fortement développé au cours des années 90. En 1992, plus de 125 000 jeunes sont entrés en apprentissage. Cet effectif culmine en 2008, pour atteindre 299 000 entrées. L'année 2009 est marquée par un léger recul des entrées en lien probable avec le recul de l'activité économique, et la difficulté, pour les jeunes, à trouver une entreprise d'accueil. Le nombre de nouveaux contrats enregistrés dans le secteur marchand se stabilise à 287 000 en 2010¹⁹¹. Le secteur public recrute quant à lui de plus en plus d'apprentis, mais, avec 7 800 entrées en 2011, l'apprentissage y reste marginal. Les entrées en contrats de professionnalisation augmentent quant à elles régulièrement, surtout dans le tertiaire et l'industrie.

Les nouveaux apprentis sont plus âgés et mieux formés en moyenne qu'auparavant. Cette évolution s'explique surtout par le développement des formations préparant à un diplôme de niveau Bac, à la suite de la réforme du baccalauréat professionnel en 2009 (qui se prépare désormais en trois ans au lieu de quatre précédemment). Le niveau de formation des personnes qui entrent en contrat de professionnalisation augmente également ces dernières années.

¹⁹¹ R. Sanchez « L'apprentissage en 2009 : baisse des entrées, hausse de la part du secteur tertiaire », Dares Analyses n°010, février 2011.

R. Sanchez « L'apprentissage en 2010 : des entrées presque aussi nombreuses qu'en 2009 et des contrats plus longs », Dares Analyses n°089, décembre 2011.

2.3.3.2. Lever les freins au développement de l'apprentissage

Un des principaux freins au développement de l'apprentissage est le nombre important de ruptures dans les contrats de travail et, par conséquent, de fréquents abandons en cours de formation. Ces ruptures s'expliquent notamment par une mauvaise orientation du jeune, une capacité d'accueil ou de tutorat insuffisante dans l'entreprise, les éventuels conflits et difficultés d'adaptation des apprentis au monde du travail, le mauvais dimensionnement des tâches confiés à l'apprenti. Enfin, certains apprentis connaissent des conditions de vie difficiles : le lieu de travail peut être très éloigné de celui du centre de formation, ce qui oblige le jeune à trouver deux solutions d'hébergement.

L'extension de l'apprentissage se heurte également à la limite du nombre de places disponibles dans les entreprises. Pour favoriser la signature de contrats d'apprentissage, le plan d'urgence pour l'emploi prévoyait une suppression des charges sur la rémunération des apprentis pour les entreprises de plus de 10 salariés, ainsi que des primes à l'embauche. Ces mesures, initialement prévues pour l'année 2009, ont été prolongées jusqu'au 31 décembre 2010. Depuis, des nouvelles mesures visent à développer l'alternance.

Elles ont permis de limiter la baisse des entrées en apprentissage au cours du deuxième semestre 2009, sans parvenir à le relancer en 2010. Par ailleurs, la mise en place des « développeurs de l'apprentissage » a pour objectif de démarcher les entreprises afin de promouvoir l'apprentissage et de permettre la signature de contrats.

La réflexion gouvernementale pour le développement de l'apprentissage est en cours. Des réformes sont envisagées : la mise en place de « bonus-malus » pour les entreprises selon un quota d'apprentis, une amélioration des conditions d'accompagnement et de tutorat des jeunes, la prise en compte de leurs difficultés de logement font partie des pistes de réflexion envisagées par le gouvernement sortant et qui seront très probablement revisitées par le nouveau gouvernement.

BIBLIOGRAPHIE

« 25 ans de politique d'insertion des jeunes : quel bilan ? » Avis du Conseil Économique et Social, présenté par DUMONT C., 2008.

ABRIAC D., RATHELOT R., SANCHEZ R. « L'apprentissage, entre insertion et formation professionnelles », *Formations et Emplois*, Insee, 2009.

AEBERHARDT R., CRUSSON L., POMMIER P. « Les politiques d'accès à l'emploi en faveur des jeunes : qualifier et accompagner », France, portrait social, Insee, édition 2011.

ANGOTTI M., ALDEGHI I., BREZAUULT M., OLM C. « Deuxième chance ? La prise en charge des jeunes éloignés de l'emploi de qualité », *Cahier de recherche du CREDOC C 257*, 2008.

BONNEVIALLE L. « L'activité des missions locales et PAIO en 2009 », *Dares Analyses* n° 26, mars 2011.

BONNEVIALLE L. « L'activité des missions locales et PAIO en 2010 », *Dares Analyses* n° 007, janvier 2012.

BONNEVIALLE L. « Le contrat d'insertion dans la vie sociale (CIVIS) : moins d'emploi à la sortie du CIVIS en 2009 et 2010 », *Dares analyses* n°008, janvier 2012.

BREZAUULT M., OLM C. « Politiques locales de la jeunesse et expérimentations sociales. Vers une cohérence des politiques de la jeunesse ? », *Cahier de recherche du CREDOC C 266*, 2009.

Céréq « *Quand l'école est finie, premiers pas dans la vie active de la génération 2004* », 2009.

Céréq « *Sur les rails de la stabilisation dans l'emploi après dix ans de vie active* », *Bref* n° 285, mai 2011.

Céréq « *Le diplôme : un atout gagnant pour les jeunes face à la crise* », *Bref* n° 283, mars 2011.

Céréq « *Génération 2004 : des jeunes pénalisés par la conjoncture* », *Bref* n° 248, janvier 2008.

CHAUVEL L. « *Les nouvelles générations devant la panne prolongée de l'ascenseur social* », *Revue de l'OFCE*, 2006.

Centre d'analyse stratégique « *Emploi et chômage des jeunes, un regard comparatif et rétrospectif* », *Note d'analyse* n° 224, 2011.

Conseil de l'Emploi, des Revenus et de la Cohésion sociale « *Un devoir national, l'insertion des jeunes sans diplôme* », *rapport* n°9, La documentation française, 2008.

Conseil d'Orientation pour l'Emploi « *Diagnostic sur l'emploi des jeunes* », 2011.

CRUSSON L. « *Le contrat d'autonomie : mise en œuvre par les opérateurs et profils des bénéficiaires* », *Dares Analyses*, N°013, février 2011.

Les contrats uniques d'insertion, tableaux trimestriels de l'année 2011, Dares, 2012.

« *Convention type 2011 relative aux périodes en milieu professionnel* », DGEFP.

« *L'Établissement Public de la Défense* », *Rapport annuel de la Cour des Comptes*, 2011.

DUGUE E., VERGER A. « *Les inemployables* » dans *Éducation Permanente* n° 156, 2003.

N. Duriez « *Les progrès de la scolarisation des jeunes de 1985 à 2003* », *Données sociales*, Insee 2006.

FENDRICH Y. « *L'insertion professionnelle des personnes sortant de contrats aidés en 2008 : un accès à l'emploi relativement peu affecté par la dégradation de la conjoncture* », *Dares Analyses* n° 078, novembre 2010.

FONDEUR Y., MINNI C. « *L'emploi des jeunes au cœur des dynamiques du marché du travail* », *Économie et Statistiques* n° 378-379, pp.85-102, Insee, 2004.

FOUGERE D., SIDHOUM N. « *Les nouvelles inégalités de l'intégration sociale* », *Horizons stratégiques* n°2, 2006.

GASQUET C., ROUX V. « *Les sept premières années de vie active des jeunes non diplômés : la place des mesures publiques pour l'emploi* », *Economie et statistiques* n° 400, Insee, 2006.

GIRET J.F., NAUZE-FICHET E., TOMASINI M. « *Le déclassement des jeunes sur le marché du travail* », *Données Sociales*, Insee, 2006.

GIVORS P.« *Formes particulières d'emploi et insertion professionnelle des jeunes* »Economie et statistiques n°388-389, Insee 2005.

MINNI C., POMMIER P.« *Emploi et chômage des 15-29 ans en 2010* », Dares Analyses, n° 39, mai 2011.

Réseau des Ecoles de la 2^{ème} chance en France « *Données 2011 & Perspectives* », mars 2012.

B.LE RHUN, D.MARTINELLI, C.MINNI « *Face à la crise, le diplôme reste un rempart efficace contre le chômage* », in Formations en emploi, édition 2011, Insee.

SANCHEZ R. « *L'apprentissage en 2009 : baisse des entrées, hausse de la part du secteur tertiaire* », Dares Analyses n° 010, février 2011.

SANCHEZ R.« *L'apprentissage en 2010 : des entrées presque aussi nombreuses qu'en 2009 et des contrats plus longs* », Dares Analyses n°089, décembre 2011.

« *Travail et Emploi, Politiques du Travail et de l'Emploi* », Rapport de la Cour des Comptes n° 3805, Annexe n°44, 2011.

Les contrats uniques d'insertion, tableaux trimestriels de l'année 2011, Dares, 2012.

CONCLUSION (BRUNO MARESCA)

Les développements qui précèdent permettent de nourrir la réflexion sur les enjeux des actions publiques à mener vis-à-vis des jeunes, à défaut de pouvoir avancer des réponses précises.

Ce qui frappe d'emblée sur cette période de la jeunesse, c'est que ce temps de la vie est pleinement accepté et volontiers amplifié dans sa durée. Etre jeune aujourd'hui, n'est plus un temps resserré entre l'adolescence et la vie d'adulte avec une forte aspiration à quitter cet état. C'est bien plutôt un temps de vie pleinement revendiqué que l'on souhaite poursuivre. Ce constat suscite une interrogation sur les principes de la politique publique développée à l'égard des jeunes qui institue des effets de seuil, autrefois à 18 ans, et aujourd'hui encore à 25 ans. Dans bien des cas, on perd à 25 ans des droits spécifiques attachés à l'état de « jeunes » (tarifs préférentiels dans les transports, les loisirs, les institutions culturelles, ...). Sur la base du constat fait dans ce cahier de recherche, une réflexion devrait être menée sur l'élargissement des droits au-delà de cet âge, bien des institutions s'interrogeant sur la pertinence de prolonger les tarifications « jeunes » jusqu'à 29 ans.

Dans ce temps dont la durée est allongée, les contributions du CREDOC mettent en évidence le caractère plus autonome du jeune qui sort plus rapidement du cercle familial. Il atteint une autonomie résidentielle tout en demeurant dépendant financièrement, en particulier « sous perfusion » parentale. Le mixte indépendance résidentielle et dépendance financière alimente en particulier les petits boulots. De même, la formule des stages, qui a pris une réelle ampleur, se révèle utile pour les jeunes, quand bien même ils sont décriés par les partenaires sociaux en raison des dérives de ce système. Le temps de leurs études supérieures et professionnelles, beaucoup de jeunes ont besoin de recourir à des petits boulots pour financer leur logement et de stages pour faciliter leur entrée dans la vie active.

Alors même qu'il n'est pas facile pour eux de trouver la voie de l'emploi, les jeunes se révèlent être l'un des fers de lance de la consommation. Ils entraînent le marché dans nombre de secteurs (communication, loisirs, culture, cinéma, bars et restaurants,...). Avec eux, la consommation a évolué dans sa dimension sociale : elle est un support privilégié pour étayer l'affirmation identitaire, notamment avec l'impact du processus des marques. Face à l'élargissement de l'offre de la consommation et en réponse à leurs contraintes budgétaires, les jeunes font le choix des dépenses de services plutôt que des biens

d'équipement (chez les moins de 25 ans, le taux de possession d'une automobile a baissé de 15 points au cours des 20 dernières années). Ils « tournent le dos » également à la consommation habituelle des programmes diffusés par la télévision, celle-ci étant réduite à sa fonction « écran » pour regarder des films ou des séries de leur choix.

Les jeunes ont une forte ouverture au monde : ils voyagent et ceux qui font des études longues font de plus en plus souvent une partie de leurs études en dehors des frontières. Leurs modes de vie sont structurés par des formes nouvelles comme le téléphone mobile, les réseaux sociaux, les colocations, les séjours ERASMUS – formule qu'il faut défendre -, etc. Autant de moyens qui leur donnent une plus grande autonomie – tout cela se faisant et s'organisant en dehors du cercle familial -, une forte envie de modernité et de changement, mais aussi une grande capacité d'adaptation.

La génération « Y » est une génération « connectée », qui maintient les jeunes dans un contact permanent avec leurs tribus. Ils sont plus ouverts et ne sont pas dépendants d'un cercle unique. Ils ont plus d'assurance pour organiser leur mode de vie en dehors de la famille et se projeter dans un espace mondialisé qui incite aux voyages et à l'élargissement des liens. Ils sont armés pour le changement.

Cependant, une partie d'entre eux tombe dans la précarité, en particulier économique, le récent rapport de l'Injep ayant établi que 22,5% des 18-24 ans ont des ressources très limitées les situant en dessous du seuil de pauvreté¹⁹². Dans le contexte de la France, cette vulnérabilité est très directement le produit du processus d'acquisition des diplômes. La machine scolaire opère un tri de plus en plus difficile à compenser entre diplômés et non diplômés. Parce que l'éventail des emplois se déforme au profit des fonctions de cadres et de professions intermédiaires, les non ou faiblement diplômés risquent de plus en plus d'être en difficulté d'insertion. Dans ces conditions, doit-on en rester à la politique du filet et ne s'occuper que de ceux qui sont en précarité ou doit-on envisager le versement d'une allocation de base à tous les jeunes, à l'image des politiques développées par les pays du Nord de l'Europe (Danemark, Finlande, Pays-Bas) pour encourager leur rôle dynamisant dans la consommation ? *A minima*, il apparaît essentiel de promouvoir des formes d'aides adaptées aux besoins des jeunes en matière de logement (pouvoir accéder à des logements rapidement et pour des durées qui peuvent être courtes, de manière à faciliter la mobilité) et de processus de rattrapage réellement efficaces pour les non-diplômés.

¹⁹² Injep

Enfin, face au fort taux de chômage qui les frappe (près d'un jeune sur deux est au chômage parmi 15-29 ans sans diplôme)¹⁹³, comment peut-on faciliter leur accès à des emplois ? Comment faire en sorte que les entreprises reconnaissent et valorisent le potentiel d'innovation des jeunes, leur ouverture sur le monde, leur aisance technologique et leur grande capacité d'adaptation ? Ces derniers sont les premières victimes des contractions du marché de l'emploi, alors qu'ils ont bien plus de compétences incorporées que les générations plus âgées. L'entreprise d'aujourd'hui ne pense pas suffisamment leur intégration sur la base de ce qui fait leurs différences en termes de compétences et de comportement. La poussée des start-up le montre bien, qui a surfé sur la capacité des jeunes à s'adapter à des processus de travail plus souples et individualisés, valorisant l'engagement individuel plutôt que la protection collective. Le modèle des start-up qui intègrent des jeunes dans des secteurs innovants à travers des formes plus dérégulées d'organisation du travail (horaires, temps de travail, système de promotion, turn-over) illustre la dynamique, mais aussi les travers, d'une économie beaucoup plus flexible que dans les entreprises traditionnelles.

S'interroger sur la manière dont les entreprises pourraient répondre à l'aspiration des jeunes à bénéficier d'une entrée rapide dans la vie active, qui serait fondée sur des mécanismes accroissant la flexibilité positive, qui faciliterait l'accumulation d'expériences professionnelles en échange d'une garantie de continuité de la protection sociale, est une question aujourd'hui centrale. Question peut être plus neuve, les entreprises devraient également renouveler leur regard sur les jeunes, toujours suspectés de manquer de compétences, pour valoriser véritablement les capacités d'innovation et d'adaptation des nouvelles générations.

C'est tout l'enjeu d'une meilleure intégration des jeunes sur le marché de l'emploi. L'objectif serait d'atteindre une plus grande fluidité d'accès et plus grande diversité des formes de travail dans les premières années de la vie active, de façon à permettre à un plus grand nombre de jeunes d'acquérir de l'expérience professionnelle.

¹⁹³ Injep, op.cit.