

VIAVOICE

Etudes et conseil en opinions



Mieux comprendre l'opinion pour agir

Valeurs et perceptions des 18-25 ans

Sondage réalisé pour Le Parisien et le Groupe Reims Management School (RMS)

Juin 2009



Institut Viavoice
178 rue de Courcelles
75 017 Paris

Arnaud Zegierman

Aurélien Preud'homme

Tel : +33(0)1 40 54 13 71



Sommaire

Note technique	3
Synthèse et principaux résultats	4
Résultats détaillés	9
I- Les aspirations générales	10
1. Hiérarchie des valeurs	
2. Les valeurs à promouvoir	
4. Réussir sa vie	
5. Réussir sa vie professionnelle	
II- La mobilité	15
1. Mobilité professionnelle	
2. Mobilité géographique	
III- Les visions de l'avenir	19
1. Ascension ou régression sociale ?	
2. Evolution de la situation sociale personnelle	
3. Principales inquiétudes face à l'avenir	
4. Les facteurs d'espoir	
5. Confiance à l'égard des institutions	
IV- L'image de l'entrepreneur	25
1. Image de l'entrepreneur	
2. Aspiration à entreprendre	
3. Attractivité du statut d'auto-entrepreneur	
4. Les bénéfices de la création d'entreprise	
V- L'impact de la crise sur les projets personnels	30
1. Modification des projets de vie	
2. Exemple d'impacts négatifs	
3. Difficultés d'emploi et de financement	

VIAVOICE

Etudes et conseil en opinions



le Parisien



Note technique

Sondage réalisé par Viavoice pour *Le Parisien* et le Groupe Reims Management School (RMS)

Dates de réalisation des interviews : du 9 au 17 juin 2009

Interviews réalisées en ligne auprès d'un échantillon de 1297 jeunes âgés de 18 à 25 ans.

Représentativité assurée par la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, profession du chef de famille, région de résidence.



SYNTHÈSE ET PRINCIPAUX RÉSULTATS



Tableau de bord

I. ASPIRATIONS GÉNÉRALES

Valeurs prioritaires

1. Famille (77%)
2. Qualité de vie (55%)
3. Vie privée (46%)

Réussir sa vie

1. Heureux en couple (82%)
2. Epanouissement professionnel (66%)
3. Avoir des enfants (55%)

II. MOBILITÉ

Mobilité professionnelle

- Toute sa vie dans la même entreprise : 47% (vs 33% qui souhaiteraient en changer plusieurs fois)
- Faire le même métier : 50% (vs 39% qui préféreraient en changer plusieurs fois)

Mobilité géographique

- Total : envisagent de travailler à l'étranger : 40% (vs 52% qui envisagent de travailler plutôt en France)

III. VISIONS DE L'AVENIR

Situation sociale

- Moins bonne que leurs parents : 17%
- Comparable à leurs parents : 32%
- Meilleure que leurs parents : 39%

Principales inquiétudes

1. Chômage (24%)
2. Environnement (19%)
3. L'indifférence (16%)

IV. IMAGE DE L'ENTREPRENEUR

Envie de créer son entreprise

- Oui : 56%
- Non : 32%
- NSP : 13%

V. IMPACT DE LA CRISE SUR LES PROJETS PERSONNELS

La crise a modifié vos projets

- Oui : 51%
- Non : 49%



Synthèse des enseignements (1/3)

L'Institut Viavoice, le Groupe Reims Management School (RMS) et *Le Parisien / Aujourd'hui en France* ont souhaité réaliser une analyse sociologique des perceptions des 18-24 ans aujourd'hui.

Les résultats nuancent très fortement certaines convictions concernant cette génération, qui a souvent été présentée comme pessimiste et résignée.

I. Une génération individualiste plus qu'égoïste

Si les 18-24 ans placent la famille au cœur de leurs préoccupations et ne montrent pas de fortes velléités à vouloir changer la société, **ils ne peuvent être perçus comme égoïstes et repliés sur eux-mêmes.**

La famille apparaît indéniablement en tête des valeurs (77% des réponses) et ils considèrent que la réussite passe en priorité par le bonheur au sein du couple (82% des réponses).

Mais les 18-24 ans se montrent aussi très sensibles au **développement personnel**. La qualité de vie apparaît en seconde position parmi les valeurs. Et l'épanouissement au travail (66% des réponses sur les indicateurs de réussite de vie) est positionné bien avant la volonté de gagner beaucoup d'argent (35%) ou d'obtenir de la reconnaissance professionnelle (23% des réponses).

La **notion d'engagement**, de son côté, se manifeste sous une morphologie très différente des générations précédentes. Certaines valeurs renvoient en effet à des combats nobles mais historiques et lointains. La force de l'évidence se substitue alors à l'esprit de lutte. Ainsi, la liberté (7%), la fraternité (7%) et la générosité (11%) ne sont plus guère citées comme des valeurs à promouvoir en priorité. En revanche, l'ouverture à l'autre (27%), la solidarité (34%), la combativité (39%) et le respect (49%) sont citées comme les valeurs qu'il faudrait promouvoir.



Synthèse des enseignements (2/3)

L'analyse de ces différentes réponses montre ainsi une jeunesse foncièrement individualiste car désireuse avant tout de trouver sa place dans la société actuelle. Pour autant, cet individualisme est dépourvu de tout nombrilisme car l'épanouissement se fait *avec* les autres, renforçant une logique du « moi aussi » plus que du « moi d'abord ».

Mais l'inquiétude de cette génération se manifeste par la faible place accordée à la légèreté, par **la primauté du fondamental sur le ludique** :

- **s'amuser** apparaît en 5^{ème} position des indicateurs de vie réussie (29%)

et

- avoir une vie trépidante en 9^{ème} position (21%).

II. Un optimisme mesuré

La mobilité continue de caractériser les nouvelles générations, mais de fortes disparités apparaissent selon les catégories socioprofessionnelles. En effet, les répondants issus des catégories les plus favorisées montrent une plus forte appétence à la mobilité, qu'elle concerne l'entreprise, le métier ou la dimension géographique.

Concernant plus précisément la **mobilité sociale**, les réponses viennent rompre avec le pessimisme ambiant : 39 % des interviewés estiment que leur situation sera meilleure que celle de leurs parents (vs. 32% qui pensent qu'elle sera comparable et 17% qu'elle sera moins bonne). Là encore, les plus optimistes se trouvent parmi les catégories privilégiées et les étudiants.

Si **la crise** a modifié les projets de vie de la moitié des répondants sur un plan personnel et professionnel et si les craintes concernant la difficulté à trouver un logement et un travail sont fortes, un élément vient bouleverser les équilibres habituels. Une forte majorité d'interviewés estime que la mise en place d'une société idéale repose avant tout sur eux (35%) et sur les autres citoyens (29%), bien avant toutes les autres propositions (entreprises, gouvernement, partis, associations ou syndicats).



Synthèse des enseignements (3/3)

Conscients qu'ils construiront la société de demain, mais préoccupés par la place qu'ils pourront y occuper, les 18-24 ans se tournent vers des fondamentaux solides tels que la famille, le couple, les enfants, l'intérêt pour le travail et le respect.

Délaissant la légèreté, ils dressent le portrait d'une génération combative, mais peut-être en passe de devenir adulte de manière très précoce.

Arnaud Zegierman

Directeur associé

Institut Viavoice



RESULTATS DETAILLES

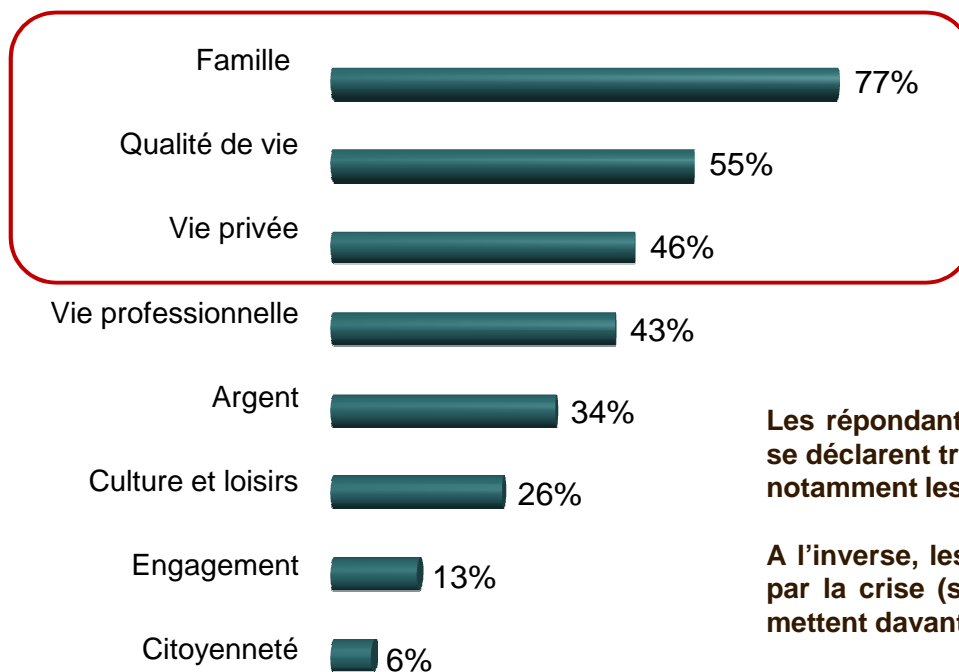


I- Les aspirations générales



1. Hiérarchie des valeurs

Pourriez-vous m'indiquer quelles sont les trois valeurs les plus importantes à vos yeux parmi les suivantes? *Total des citations**



Les répondants plébiscitant le plus la famille sont ceux qui se déclarent très touchés par la crise (83% au lieu de 77%) et notamment les enfants d'ouvrier (83% également).

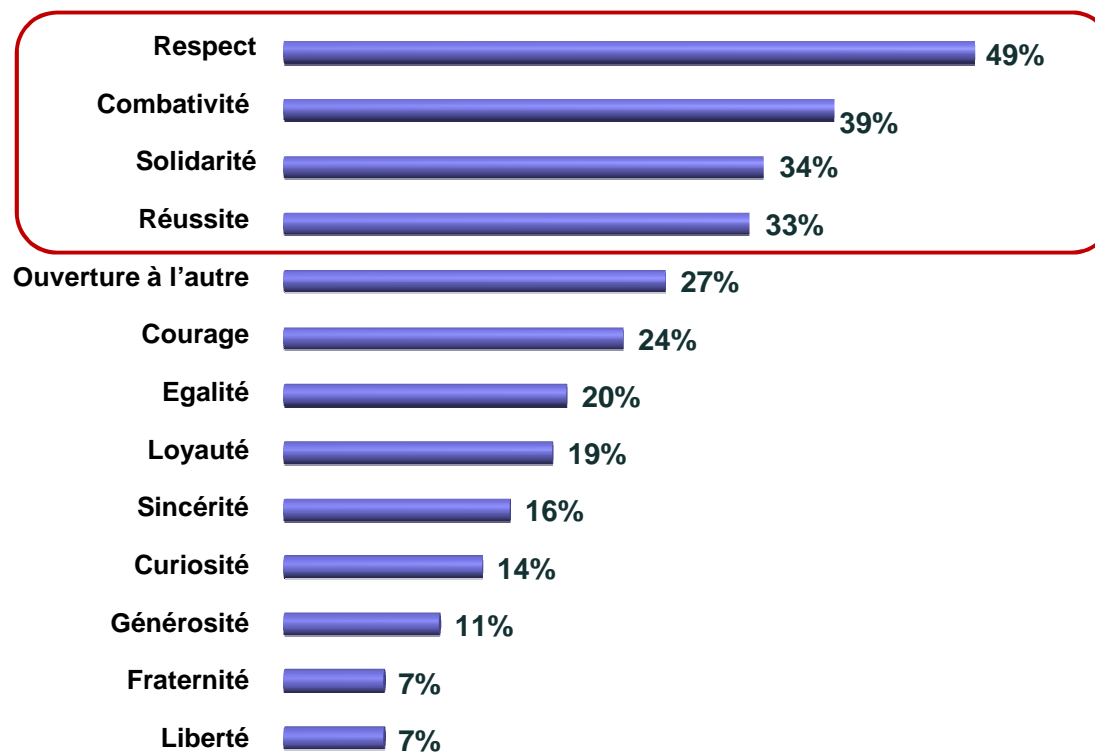
A l'inverse, les 18-25 ans qui se disent peu ou pas touchés par la crise (surtout des enfants de cadres, des étudiants) mettent davantage en avant la qualité de vie (62%).

**Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100*



2. Les valeurs à promouvoir

A votre avis, face au monde actuel / dans l'entreprise, quelles sont les valeurs qu'il faut promouvoir en priorité ? *Total des citations**



**Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100*



3. Réussir sa vie

Réussir votre vie, pour vous cela voudrait dire... *Total des citations**



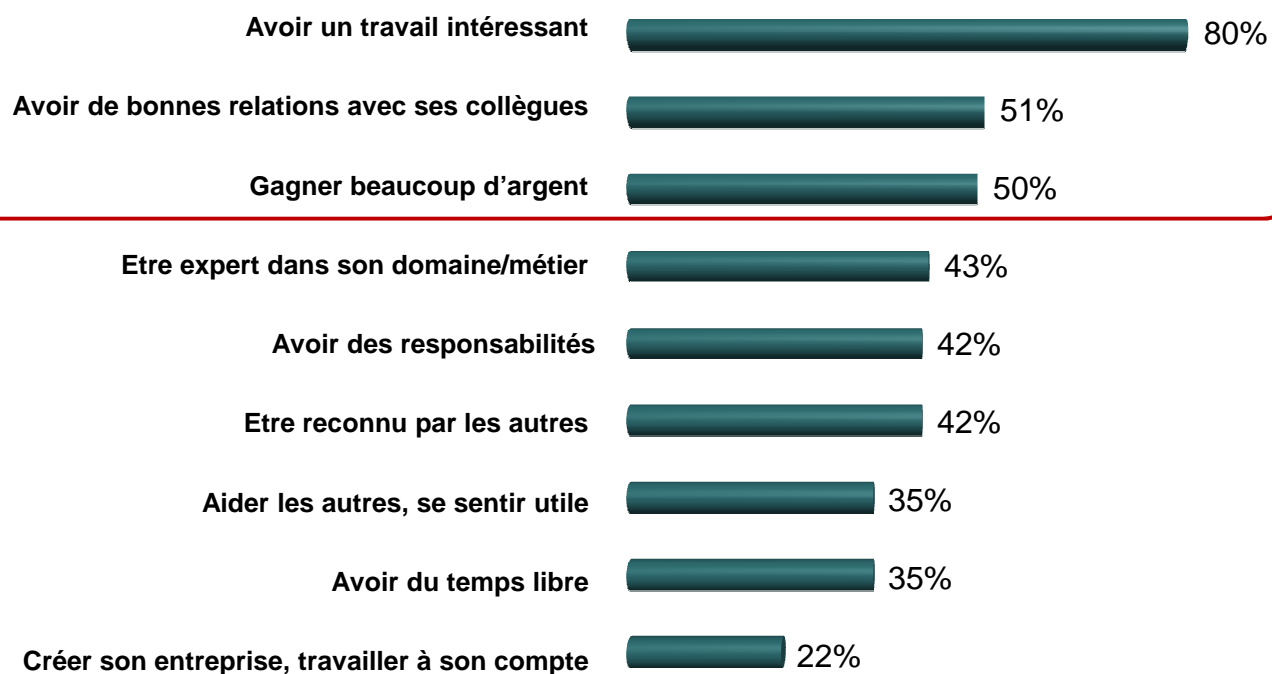
**Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100*



4. Réussir sa vie professionnelle

Et réussir plus particulièrement dans votre vie professionnelle, pour vous cela voudrait dire...

Total des citations*



*Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100

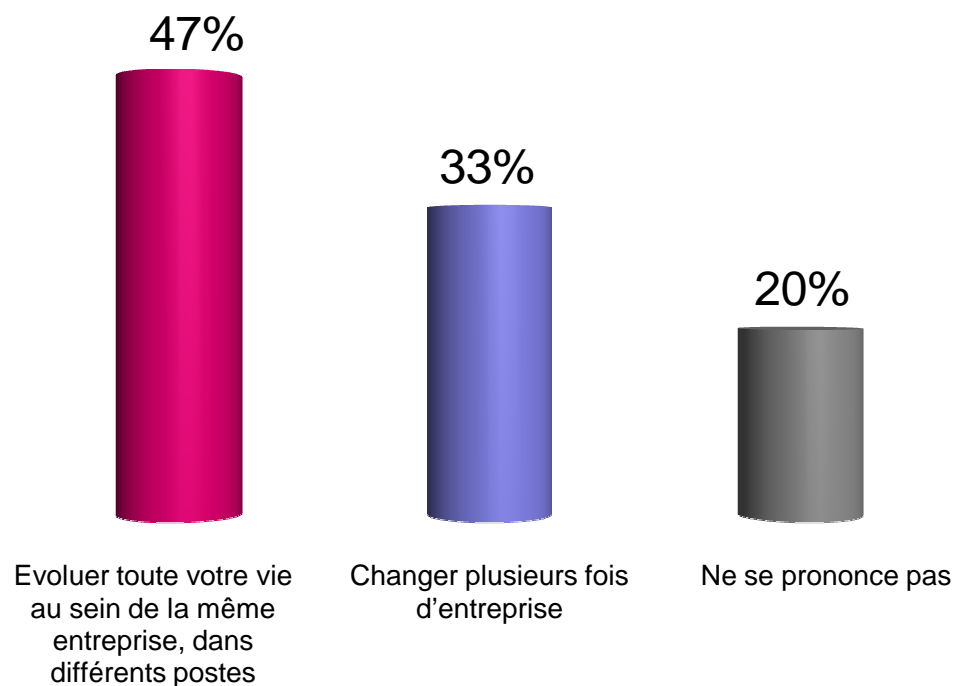


II- La mobilité



1. Mobilité professionnelle [1/2]

Concernant votre vie professionnelle, souhaiteriez-vous plutôt...

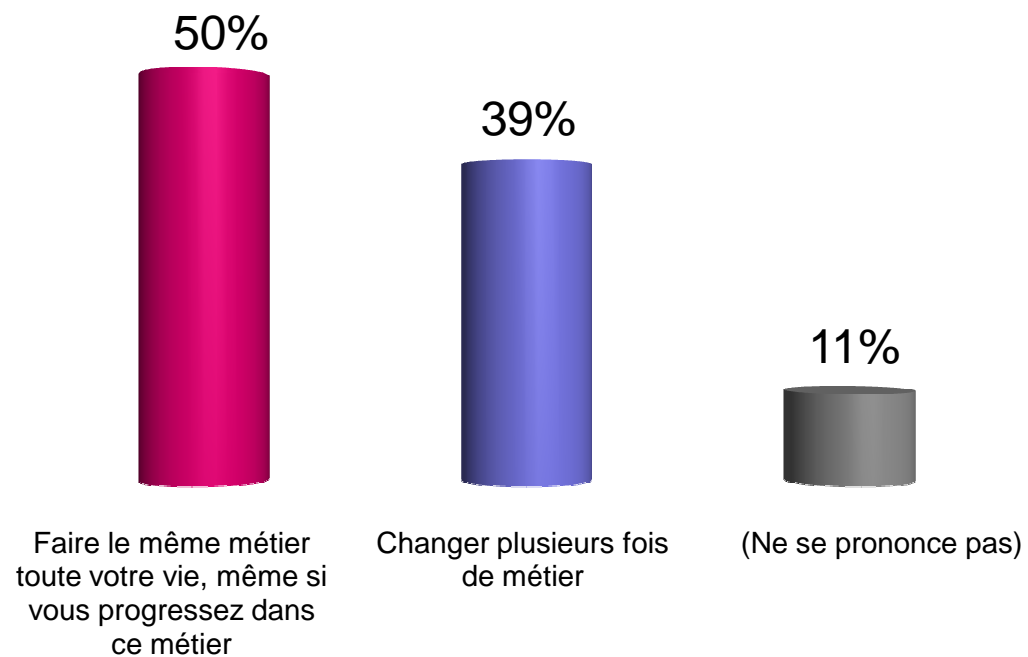


Les plus motivés pour changer plusieurs fois d'entreprise sont les enfants de cadre (51%) et les plus diplômés (45% pour les bac+5)



1. Mobilité professionnelle [2/2]

Et que préféreriez-vous...



Les plus motivés pour changer de métier sont également les enfants de cadre (46%) et les plus diplômés (48% pour les Bac+5).



2. Mobilité géographique

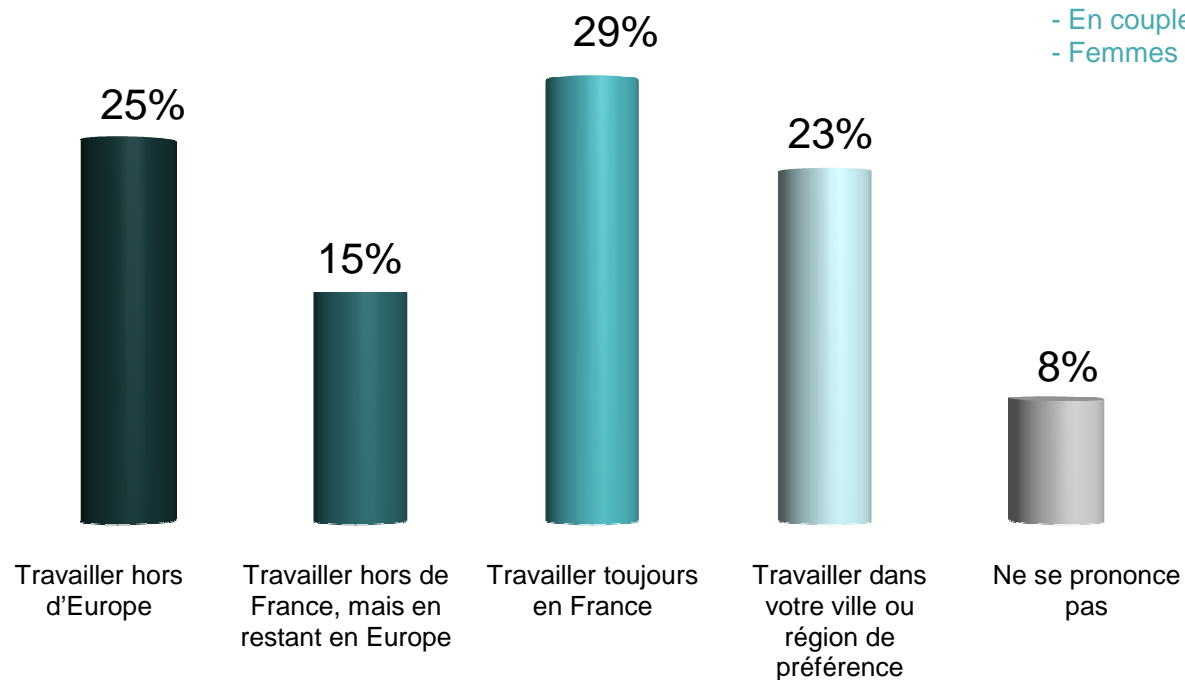
Et pour vous personnellement, imaginez-vous au cours de votre vie professionnelle...

Total « envisagent de travailler à l'étranger » : 40%

- Enfants de cadres 57%
- Région parisienne 53%
- Etudiants 50%
- Célibataires 45%
- Hommes 44%

Total « envisagent de travailler plutôt en France » : 52%

- Enfants d'ouvrier 64%
- Non-étudiant 62%
- En couple 58%
- Femmes 56%



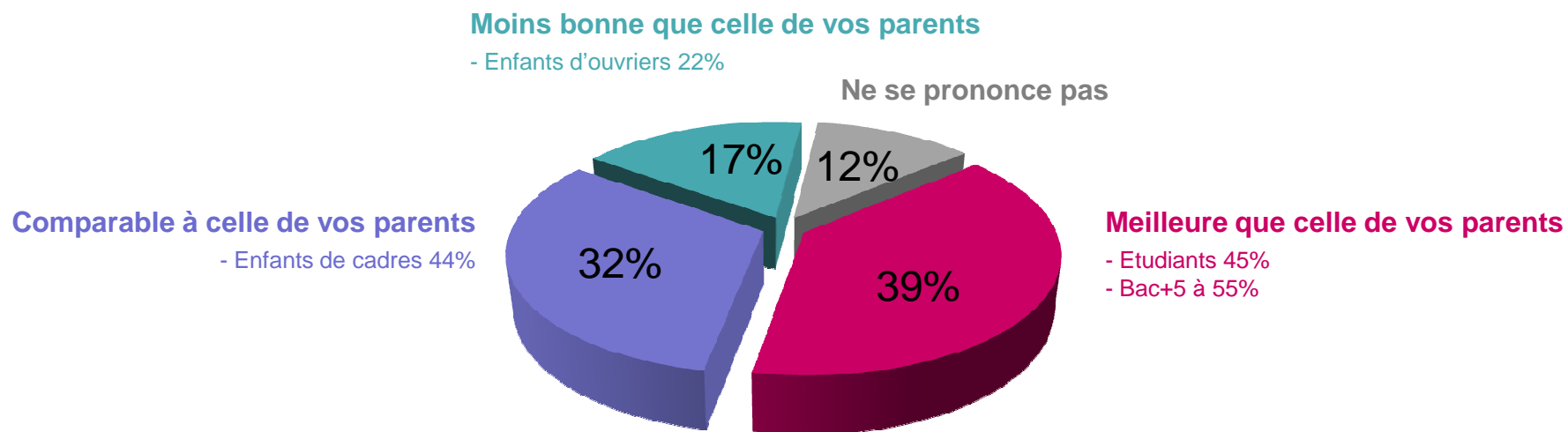


III- Les visions de l'avenir



1. Ascension ou régression sociale ?

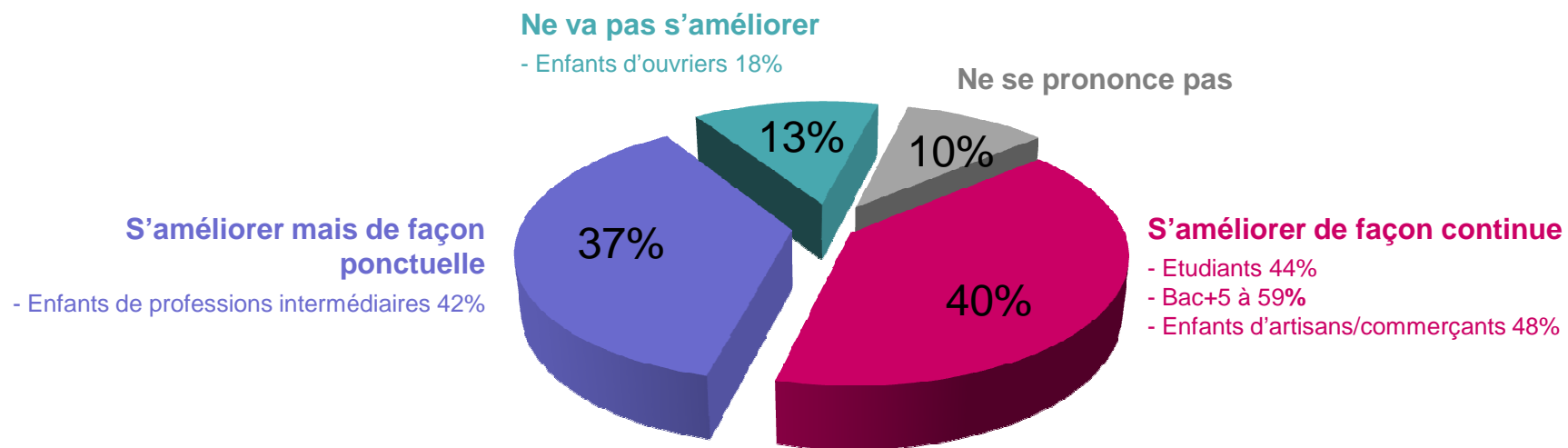
A votre avis, lors de votre vie personnelle, dans la société, vous aurez une situation sociale...





2. Evolution de la situation sociale personnelle

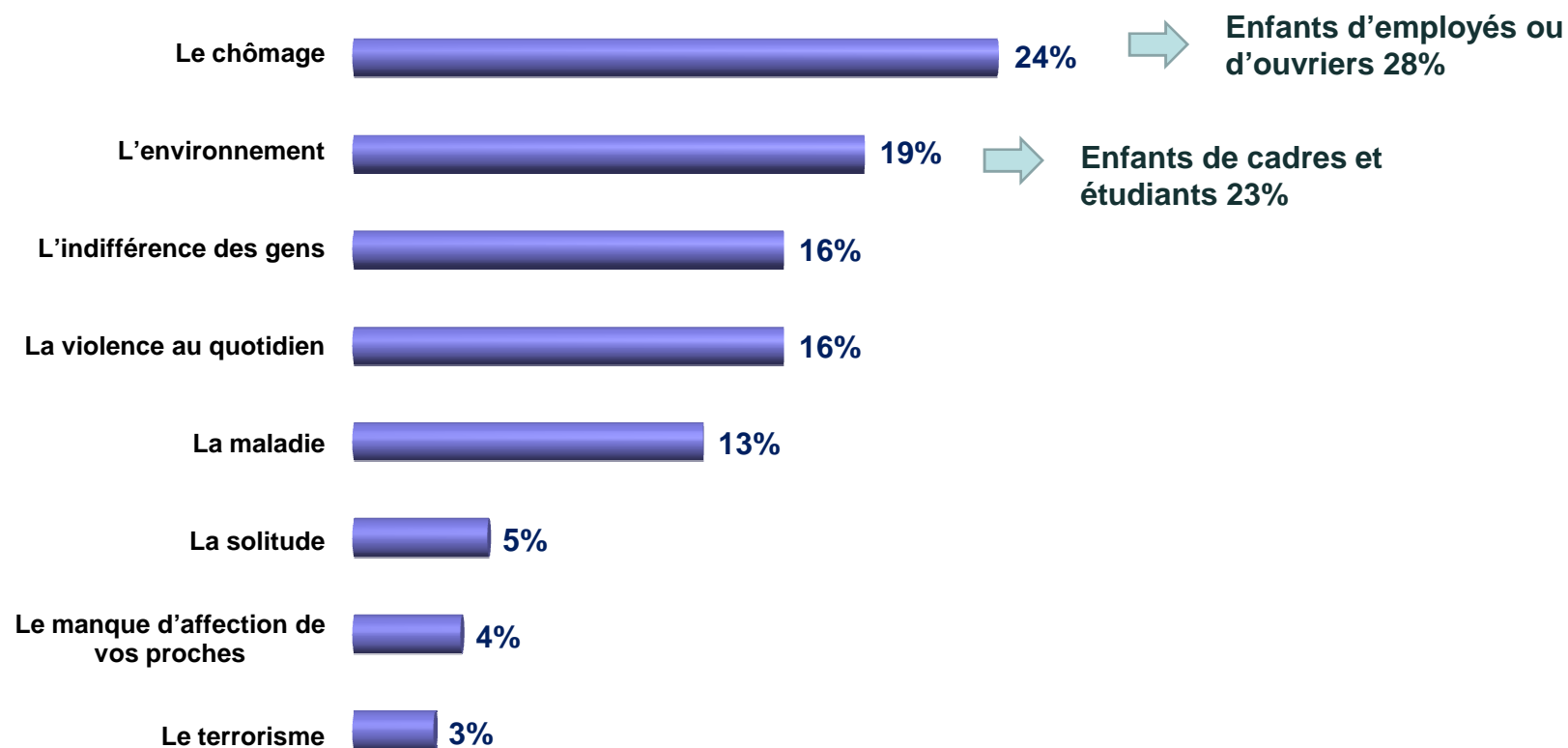
Et comment imaginez-vous votre avenir dans la société ? Votre situation sociale va...





3. Inquiétudes face à l'avenir

Aujourd'hui, dans notre monde actuel, qu'est-ce qui vous inquiète le plus ? *Cité en premier*





4. Les facteurs d'espoir

Et qu'est-ce qui vous enthousiasme le plus dans le monde actuel ? (Question ouverte)

Sélection de *verbatim* recueillis. Chaque *verbatim* est cité dans son intégralité.

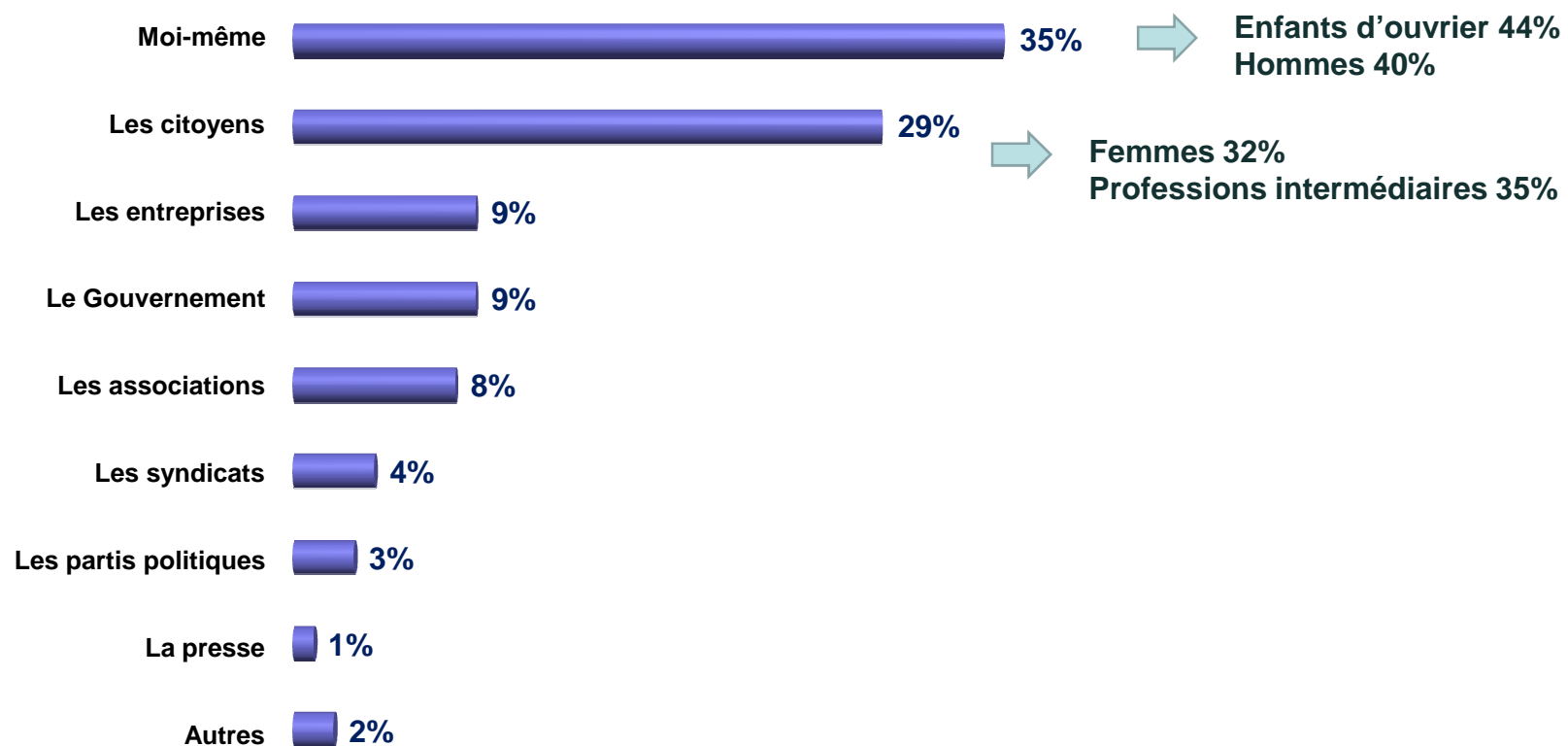
<p>Le fait de se réaliser par soi-même avec ses proches : famille, conjoint(e), enfants, amis</p> <p>« Le fait d'être avec la personne que j'aime, d'avoir un travail intéressant » « Ma femme et mes deux enfants. C'est pour eux que je pense à demain sinon je vivrai au jour le jour. » « Les petits bonheurs qui embellissent la vie comme les moments de bonheur que l'on passe avec nos proches. » « De réussir sa vie en couple, d'avoir sa famille, d'aimer, d'être aimé. »</p>	<p>17%</p>
<p>Les nouvelles libertés et la multiplication des échanges : ouverture des frontières, voyages, brassages culturels</p> <p>« Les possibilités de voyager et de découvrir des cultures différentes, le développement des moyens de communication » « L'ouverture entre les pays, il est devenu très facile de se rendre à l'autre bout du monde ! » « La multiplicité des choix, la liberté, la possibilité de voyager à travers le monde. »</p>	<p>14%</p>
<p>L'espoir que le monde change par une mobilisation collective ou individuelle, par les valeurs</p> <p>« Qu'il existe encore des gens qui se battent pour des choses justes et non pas pour leurs seuls intérêts. » « L'évolution rapide des mentalités et la capacité d'adaptation et d'innovation toujours présente. » « En ces temps de crise, les gens sont moins individualistes. » « Le fait de savoir que malgré l'indifférence, il est encore possible de créer des liens. »</p>	<p>12%</p>
<p>Le progrès technique, les nouvelles technologies qui vont apporter du confort, des loisirs et des solutions nouvelles pour les problèmes actuels</p> <p>« Les nouvelles découvertes en matière de technologie, les avancées dans le domaine médical. » « Toutes les possibilités offertes par Internet et les nouvelles technologies. » « Le mouvement perpétuel, la frénésie d'innovations, les possibilités de communication avec Internet et les nouvelles technologies. »</p>	<p>11%</p>
<p>La prise en compte croissante des problèmes d'environnement, du développement durable, etc.</p> <p>« Le développement un peu tardif et toujours trop lent du développement durable » « Les énergies durables qui se développent de plus en plus. » « Les efforts que l'on fait de plus en plus pour la planète »</p>	<p>8%</p>



5. Confiance à l'égard des institutions

A qui faites vous le plus confiance pour mettre en place la société de demain telle que vous la souhaitez ?

Cité en premier



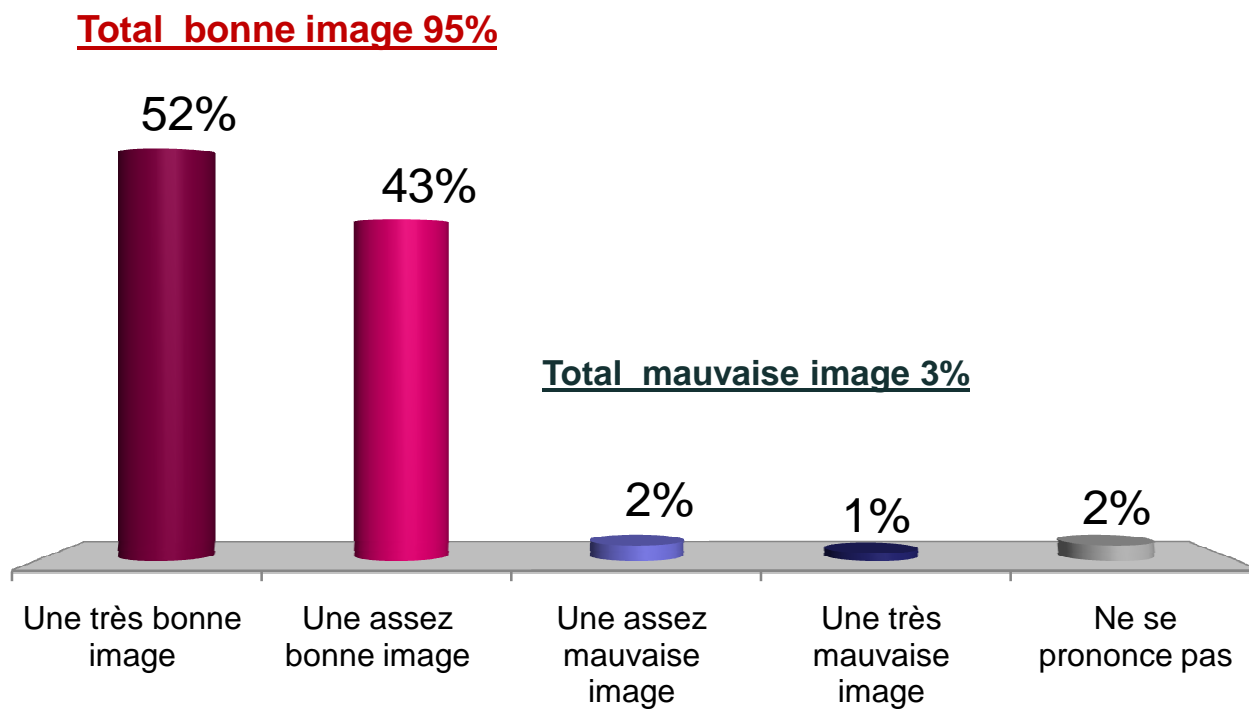


IV- L'image de l'entrepreneur



1. Image de l'entrepreneur

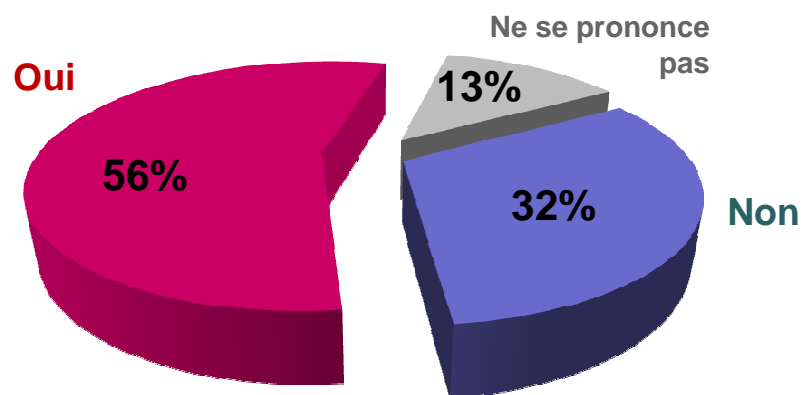
Personnellement, avez-vous une très bonne image, une assez bonne image, une assez mauvaise image ou une très mauvaise image d'une personne qui décide de créer son entreprise ?





2. Aspirations à entreprendre

Vous-même, aimeriez-vous créer votre propre entreprise ?



- Enfants d'artisans-commerçants 66%
- Hommes 65%

- Enfants de professions intermédiaires 42%
- Femmes 38%

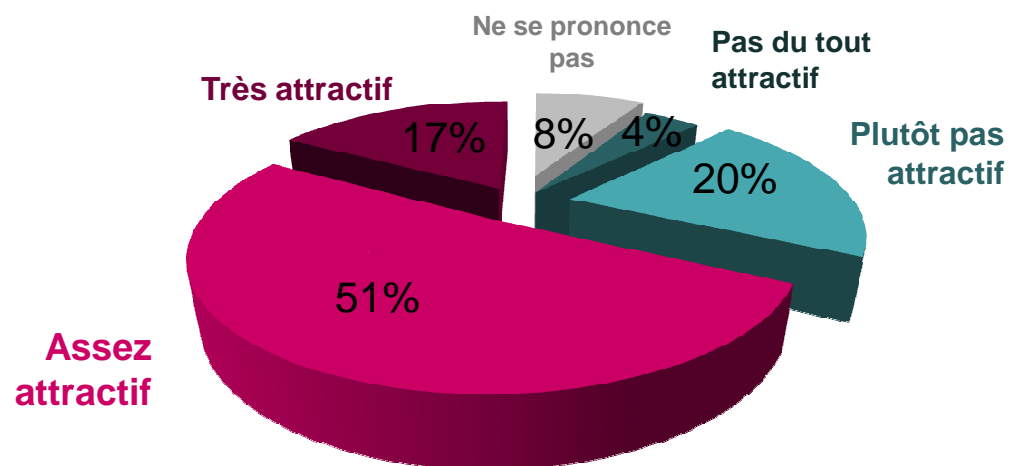


3. Attractivité du statut d'auto-entrepreneur

Et diriez-vous que le statut d'auto-entrepreneur vous paraît...

Total attractif 68%

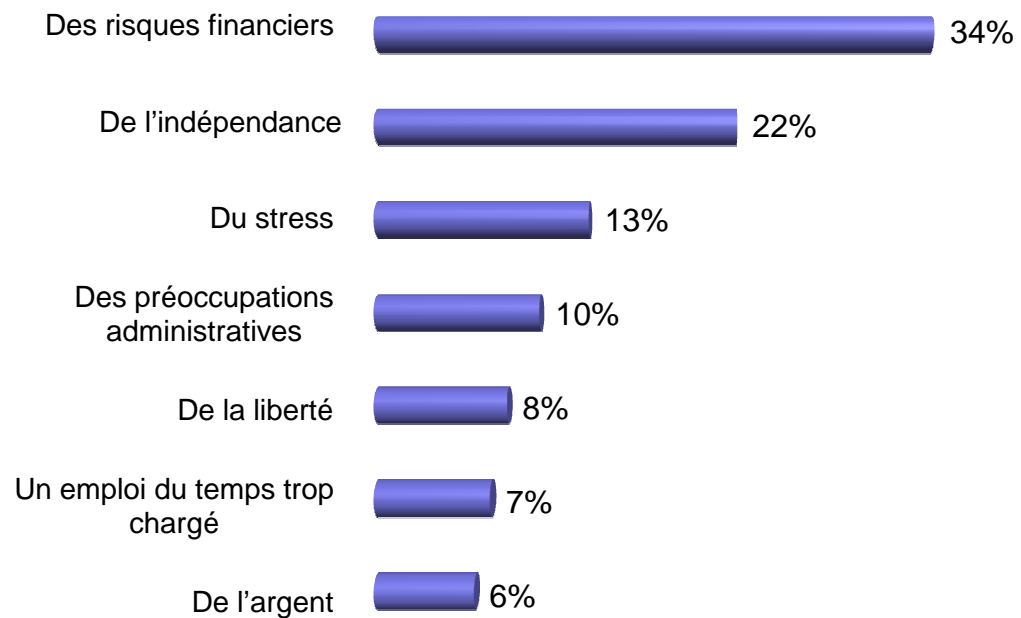
Total pas attractif 24%





4. Les bénéfices de la création d'entreprise

D'après-vous, le fait de créer sa propre entreprise engendre, en priorité...





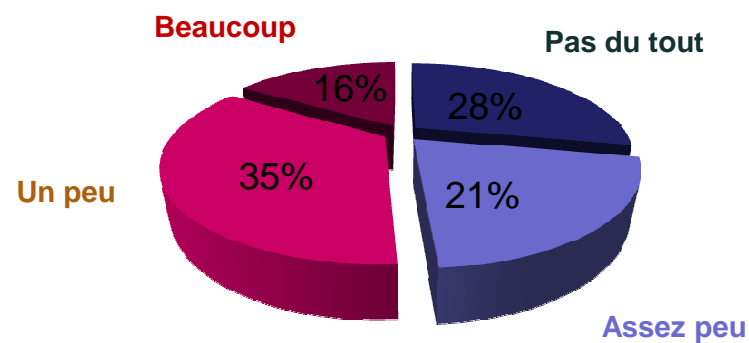
V- L'impact de la crise sur les projets personnels



1. Modification des projets de vie

Est-ce que la crise actuelle a modifié vos projets de vie, qu'ils soient personnels ou professionnels ?

Total « un peu »
ou « beaucoup »
51%



Total « assez peu »
ou « pas du tout »
49%

- Les catégories les plus touchées par la crise sont les enfants d'ouvriers (59% un peu ou beaucoup) et les jeunes en couple (56%)
- Les moins touchés sont les étudiants (44% un peu ou beaucoup) et les enfants de cadres (45%).



Exemples d'impacts négatifs

De quelle manière vos projets ont-ils été modifiés ? (Question ouverte)

Sélection de *verbatim* recueillis. Chaque *verbatim* est cité dans son intégralité.

Des études plus courtes ou plus longues

« Réduire mes études pour trouver un boulot »

« Je fais des études prolongées avec une dernière année d'étude d'un an pour ne pas rentrer sur le marché du travail en pleine crise. »

« J'ai fait le choix d'une filière professionnelle et d'une spécialisation qui recrute plus. »

Des difficultés pour trouver un premier emploi, des ambitions professionnelles à la baisse

« Moins d'emploi donc recadrage des choix de métiers »

« Trouver du boulot dans un domaine plus vaste »

« C'est plus dur de trouver du boulot, donc on a moins de prétention sur le salaire et le poste. »

Le pouvoir d'achat qui baisse

« Au niveau du pouvoir d'achat, beaucoup de chose me semblent chères ! Même un kilo de farine a bien augmenté. »

« Au vu des difficultés qui risquent de croître pour trouver un premier emploi, limiter au maximum les dépenses dite de loisirs, le superflu. »

« Avoir moins de dépenses du côté de la technologie, des sorties et loisirs. »

Des achats importants repoussés dans le temps

« L'achat d'une maison reporté dans le temps, l'achat d'une voiture neuve qui c'est transformée en voiture d'occasion. ... »

« Retardement de la prise d'un crédit pour l'achat d'une résidence principale. »

Moins de projets familiaux

« Rester a un enfant et garder mon travail même si je l'aime pas »

« Pour nous il est difficile de prévoir car on ne sait pas ce que l'avenir nous réserve. »

« Pour les vacances par exemple on prévoit longtemps à l'avance pour avoir le temps d'économiser assez. On part plus sur un coup de tête. »

Un avenir plus terne

« Je garde les mêmes envies pour ma vie future mais je me suis rendu compte que la vie va être difficile pour les gens de classe moyenne. »

« Faire preuve de plus de prudence et de réserve. Assurer son avenir. »

Les problèmes pour payer ses études, se loger

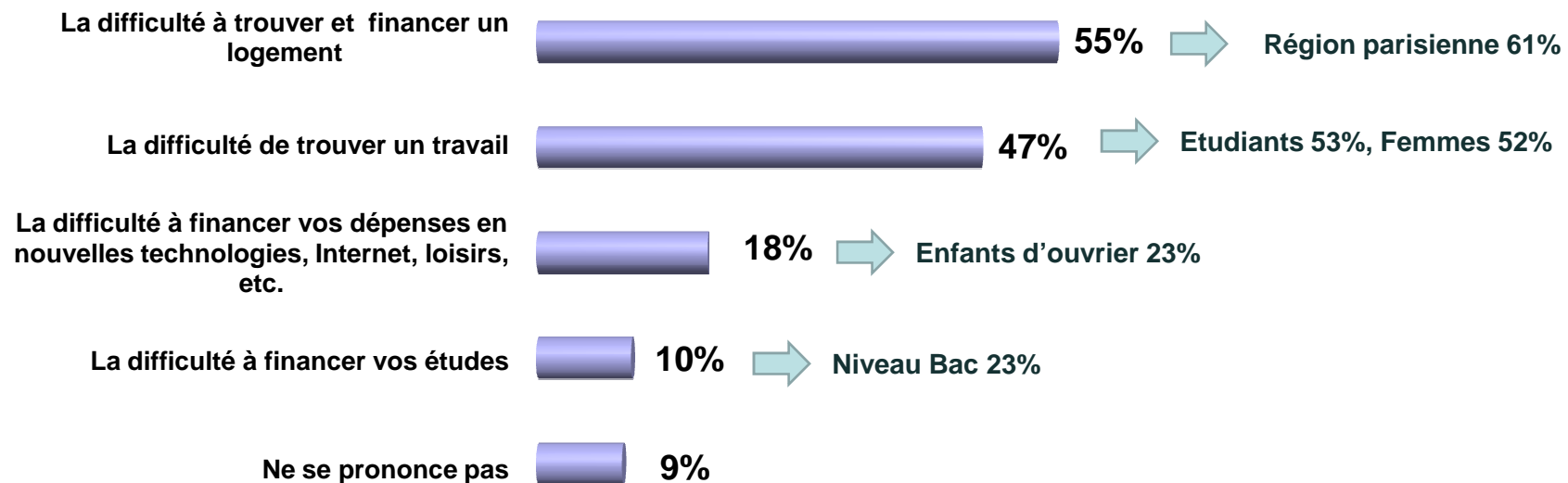
« Des difficultés à obtenir des crédits. »

« L'embauche plus difficile donc j'ai des difficultés pour trouver un appartement. »



3. Difficultés d'emploi et de financement

A votre avis, à quelles difficultés principales risquez-vous d'être confronté dans les années qui viennent ? *Total des citations**



*Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100



Les études Viavoice récentes, réalisées pour
Libération, Le Figaro, Les Echos, 20 Minutes, L'Express, France Inter, France 24 et HEC
sont consultables sur www.institut-viavoice.com

VIAVOICE

Études et conseil en opinions
178 rue de Courcelles
75 017 Paris
+ 33 (0)1 40 54 13 71

www.institut-viavoice.com
contact@institut-viavoice.com

Viavoice est une SAS indépendante.