

Les jeunes belges appelés à se raconter

ENQUÊTE L'opération « Génération quoi » veut dresser le portrait des 18-34 ans

► « Le Soir » en partenariat avec la RTBF met en ligne sur son site ce lundi un questionnaire interactif et sans tabou.
► Onze autres pays européens participent simultanément.

Ils s'appellent Margaux, Mara ou Sabrina. Ils ont entre 18 et 34 ans, sont célibataires, en couple, hétéros et homos. Une lettre les réunit, le « Y » qui symbolise la génération qui vient de terminer ses études, entre sur le marché du travail et envisage parfois de fonder une famille. Celle que l'on dit aussi « fainéante », « sacrifiée » ou encore « débrouillarde ». Quelles sont leurs priorités ? Comment jugent-ils la société dans laquelle ils vivent ? Ont-ils une conception radicalement différente de

leurs parents sur des domaines tels que la sexualité, internet ou la répartition des richesses ?

C'est dans le but de répondre à toutes ces questions que l'opération « Génération quoi » s'inscrit. *Le Soir* est partenaire du projet avec la RTBF pour la Belgique francophone. Dès ce lundi, les jeunes sont invités à répondre à un questionnaire en ligne sur notre site. En tout, douze pays européens et seize diffuseurs (il y en a parfois plusieurs par pays

comme en Belgique où la VRT et le quotidien flamand *De Standaard* organisent aussi l'opération au Nord) sont engagés.

140 questions

À l'origine du projet, on trouve deux boîtes de production françaises (Upian et Yami 2). En 2013, elles ont mandaté deux sociologues afin qu'elles réalisent un questionnaire de 140 questions. L'objectif était simple : dresser un portrait de la jeunesse française. Sans tabou et original,

le sondage a été complété par plus de 230.000 jeunes. Son grand point fort : l'interactivité. « *Quand on répond au questionnaire, on peut se situer au fil des réponses par rapport à l'échantillon global* », explique le sociologue Johan Tirtiaux, de l'Université de Namur. Il sera chargé de décortiquer les résultats de l'enquête cet été. « *Au niveau des questions aussi, ça dépoussière complètement les questionnaires habituels. Ils ont osé.* » La RTBF a par ailleurs réalisé une ving-

taine de capsules vidéo avec des jeunes, qui répondent sous l'œil des caméras. « *Cela apporte du rythme*, explique Jeanne Nutte, responsable de la communication du pôle Interactif à la RTBF. *Si on est seul devant son écran, on peut voir ce que d'autres jeunes ont répondu, comment ils ont interprété la question.* » Les portraits de ces jeunes sont également à découvrir sur notre site tout au long de l'opération.

Pour les chaînes de télévisions partenaires comme la RTBF,

cette opération est une aubaine. « *La génération Y est celle qui consommera demain nos deux plus gros médias que sont la télé et radio*, explique Jeanne Nutte, *C'est intéressant d'un point de vue sociologique de connaître leurs habitudes. C'est une cible qui n'est pas évidente à cerner, donc on espère qu'elle répondra présente.* »

Pour *Le Soir*, « Génération quoi » s'inscrit dans la continuité de l'opération « #25 » qui avait voulu dresser le portrait-robot

des jeunes de 25 ans en Belgique, il y a deux ans.

Le Soir et la RTBF décortiqueront les conclusions de l'enquête au moment de la rentrée universitaire en septembre prochain. En France, les résultats avaient suscité de nombreuses réactions, notamment dans le monde politique. ■

MAXIME BIERMÉ

Sur lesoir.be

Découvrez le sondage sur notre site.

L'EXPERT

« Une génération en quête de sens »

Johan Tirtiaux est sociologue à l'Université de Namur. Il décortiquera cet été les données du sondage « Génération quoi ».

Que recouvre la « génération Y » ?

C'est surtout une notion utilisée dans le milieu managérial. Il y a eu dans ce milieu une sorte de crainte envers cette

génération qui est jugée « peu loyale à l'entreprise ». Ces idées n'ont pas été validées sauf sur l'idée de la mobilité, c'est une génération qui aime le changement. C'est aussi une notion simple qui s'est installée au niveau médiatique. En sociologie, on manie le terme « génération Y » avec précau-

tion car, au sein d'une même génération, on peut trouver des différences importantes. Qui est concerné par ce « Y » ?

Les personnes qui sont nées à la fin des années 70 jusqu'au début des années 2000.

Qu'est-ce qui la caractérise ?

Elle a pris de plein fouet la crise de 2008. Elle est aussi née dans le bain du numérique et est bien plus scolarisée que les générations précédentes. Enfin, elle pratique un certain hédonisme. Les valeurs d'épanouissement personnel et de plaisir se sont davantage affirmées. Il faut, par exemple, que le travail ait un sens. La génération précédente était plus matérialiste. Le « Y » de « génération Y » se dit « Why » en anglais ; cela traduit bien ce besoin de sens.

M.B.