



Les attentes des jeunes

Correspondants Académie : Catherine Langlais et Marc Florette

L'Académie des technologies a conduit une série d'entretiens avec 3 groupes de jeunes diplômé(e)s (18 personnes au total – 8 femmes et 10 hommes) sur leur perception de la sobriété et la place de la technologie dans ce nouveau défi : des jeunes en fin de thèse en Sciences Humaines et Sociales pour le premier groupe, en fin de cursus de grandes écoles d'ingénieurs pour le second, et déjà entrés dans la vie active, diplômé(e)s d'école d'ingénieur ou d'école commerciale de haut niveau pour le dernier.

Cinq thèmes et postures émergent et font consensus dans ces trois groupes.

1-La sobriété n'est plus une option, c'est une nécessité, une urgence.

La sobriété est devenue une nécessité pour la transition climatique et écologique, même si elle ne constitue qu'une partie de la solution. Il faut la mettre en œuvre tout de suite, sans attendre la génération suivante. Certains suggèrent de rendre obligatoires les démarches de sobriété, d'autres non, mais tous se rejoignent sur la nécessité de prendre en compte les inégalités et le temps nécessaire pour faire de la pédagogie.

2-L'action individuelle ne suffit pas, il faut un récit national, un imaginaire collectif conforté par des actions institutionnelles.

Cette sobriété nécessaire est assez profondément en contradiction avec le modèle de 'bonheur' de la société actuelle qui s'assume dans la possession matérielle et dans le succès du 'toujours plus', tant dans l'évaluation des entreprises que celle des individus. Il est donc nécessaire d'écrire et d'adopter un 'grand récit national' différent pour la société future, pour ne pas se retrouver en distorsion trop forte entre sobriété et bonheur au quotidien.

Il faudrait en priorité re (dé) tourner les outils de portage du grand récit actuel (la publicité, les réseaux sociaux) pour les mettre au service de ce nouveau récit. Cela suppose au préalable une forte facilitation et incitation de l'offre technique des pouvoirs publics territoriaux et nationaux pour adopter des comportements sobres. On ne prendra pas son vélo facilement sans piste cyclable... Cette cohérence globale, systémique, renvoie à une vision pratique de la notion de grand récit national : il faut déconstruire l'idéal de consommation et passer à l'offensive pour aller vers une sobriété inspirante et heureuse grâce à une communication adaptée (par ex. via les influenceurs, ...).

3-La sobriété est un choix, pas la pauvreté. Il est important d'avoir une approche plus équitable pour prendre en compte les inégalités.

La sobriété est même un concept menacé dès son énoncé car l'abondance n'existe pas pour tous. Tous ces jeunes ont reconnu qu'ils étaient eux-mêmes très concernés parce que très privilégiés, mais qu'une grande partie de la population française et encore plus du reste du monde ne peut pas être plus sobre tant elle manque déjà de tout. Il ne peut donc pas exister un récit 'unique' sur la sobriété

pour tous, et c'est sans doute une difficulté native de ce concept. L'objectif est d'aller vers une répartition équitable des ressources.

4-La technologie ne suffira pas pour nous conduire à la sobriété.

La technologie ne doit pas être pensée hors du champ social. Elle sera nécessaire pour contribuer à une transition écologique réussie par les entreprises et les individus, mais elle ne sera clairement pas suffisante. Certes il faut continuer à investir sur la technologie et l'innovation, mais il faudra aussi accepter que les solutions à adopter tout de suite et dans les années à venir sont dépendantes des technologies disponibles aujourd'hui... Il ne faut donc pas faire rêver inutilement et décider de reculer l'adaptation au monde dans l'attente d'un savoir hypothétique futur.

5-Il faut mettre en cohérence ses convictions et ses pratiques.

L'exemplarité dans la vie personnelle et professionnelle est nécessaire : par exemple, plus (ou moins) de viande, plus (ou moins) d'avion, refus de la voiture de fonction, achats durables.

Le comportement perçu des entreprises en matière de sobriété, et même celui des employés de ces entreprises au quotidien (i.e. les traits dominants de consensus des comportements des employés sur cette question) sont des éléments de plus en plus analysés et pris en compte dans le choix de l'emploi pour ces jeunes hautement qualifiés.