



COMMUNIQUE DE PRESSE

Valeurs et perceptions des 18-25 aujourd'hui

Une vaste enquête sociologique sur les jeunes, réalisée en partenariat entre le Groupe Reims Management School (Groupe RMS) et l'institut Viaoice a été publiée en exclusivité le 29 juin dans Le Parisien / Aujourd'hui en France

Reims, le 3 juillet 2009.

1 297 personnes âgées de 18 à 25 ans ont été interviewées entre le 9 et le 17 juin 2009.

L'Institut Viaoice, 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.

Ils sont ainsi **39% à estimer que leur situation sociale sera meilleure que celle de leurs parents** (contre 17% qui pensent qu'elle sera moins bonne et 32% qui estiment qu'elle sera comparable).

Ils se sentent par ailleurs **acteurs de la société de demain**. Ainsi, ils considèrent que la mise en place **d'une société idéale reposera tout d'abord sur :**

- **Eux, pour 35% des interviewés**
- Les autres citoyens, pour **29%** des répondants
- ...bien avant toutes les autres propositions (entreprises, gouvernement, partis, associations ou syndicats).

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

Les 18-25 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. 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.**

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 5ème position des indicateurs de vie réussie (29%) et avoir une vie trépidante en 9ème position (21%).

Individualistes plus qu'égoïstes et conscients qu'ils construiront la société de demain (mais préoccupés par la place qu'ils pourront y occuper), les 18-25 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.

Ces interviews ont été réalisées en ligne auprès d'une population représentative de jeune de 18 à 25 ans selon la méthode des quotas appliquée aux critères suivants : sexe, profession du chef de famille, région de résidence.

Retrouvez l'ensemble des résultats du sondage dès ce jour dans Le Parisien / Aujourd'hui en France, mais également sur le site de l'institut Viavoice et sur notre site **www.reims-ms.fr**

Contact presse Reims Management School
Chloé DURVILLE, Chargée Relations Presse et Communication
Tel : 03 26 77 47 46 / Fax : 03 26 04 69 63 / chloe.durville@reims-ms.fr

A propos de Reims Management School (RMS)...

Accrédité EQUIS (the European Quality Improvement System) et AMBA (The Association of MBAs), le groupe Reims Management School (groupe RMS) se situe dans le Top 10 des écoles de management en France et dans le top 26 en Europe. Reims Management School (RMS) regroupe autour de son programme Grande Ecole Sup de Co Reims, trois écoles de management après bac : Cesem, Sup'TG et Tema. A ces quatre écoles s'ajoutent trois Masters of Science, cinq Mastères Spécialisés accrédités par la CGE (Conférence des Grandes Ecoles), un International MBA en Full Time et un Executive MBA en Part Time.

Rappelons que trois Mastères Spécialisés Part Time, l'Executive MBA et l'activité de formation continue de Reims Management School sont maintenant regroupés au sein de Paris Executive Campus, la filiale commune créée en ce début 2009 entre Rouen Business School et Reims Management School dédiée à l'Executive Education.

Les deux campus de Reims Management School (RMS) accueillent plus de 3 900 étudiants, dont 900 étrangers. Reims Management School (RMS), c'est aussi un réseau de 137 universités partenaires dans 45 pays et plus de 23 000 diplômés répartis dans le monde entier, regroupés au sein de l'association RMS-Network (www.rms-network.com).

Rendez-vous sur le site corporate (www.reims-ms.fr) et sur le portail d'informations (www.reims-ms.info)

