

Le rapport EYES 2021 scrute l'opinion émergente des jeunes internationales

Le think tank SKEMA PUBLIKA et Antidox ont sondé les jeunes de divers pays et relèvent une défiance généralisée vis-à-vis des médias traditionnels, des réseaux sociaux, des nouvelles technologies, du monde de l'entreprise, assortie d'un rappel du rôle des États. Une analyse complète contenue dans le rapport EYES.

SKEMA PUBLIKA, think tank de SKEMA Business School, et Antidox, cabinet de conseil en communication à dominante numérique, publient le rapport EYES 2021 (Emergy Youth Early Signs), une étude originale sur l'opinion émergente des jeunes internationales.

Publié à l'occasion du lancement officiel de SKEMA PUBLIKA, le rapport capte les expressions de ces jeunes (18-24 ans) sur cinq sujets de société prioritaires par les étudiants de SKEMA : médias et presse, réseaux sociaux, nouvelles technologies, sécurité et monde du travail. Au moyen d'une approche mondiale comparative, le rapport pointe les similarités et différences des préoccupations émergentes de jeunes des cinq pays d'implantation de SKEMA : Afrique du Sud, Brésil, Chine, États-Unis et France.

Le rapport contribue ainsi à faire entendre leur voix dans les débats publics et à mettre leurs opinions à disposition de décideurs nationaux et internationaux. Il suggère des réponses politiques à adopter.

Rédigé sous la direction de Claude Revel, directrice du développement de SKEMA PUBLIKA, le rapport fonde son analyse sur plus d'une centaine de verbatims de jeunes réunis en groupe de travail ainsi que sur une veille spécifique du réseau social Twitter de 2,8 millions de jeunes de 18 à 24 ans. Cette veille, menée par Antidox entre juillet 2020 et juin 2021 repose sur les technologies de détection de mots-clés et d'analyse de sentiments.

Les points clés de l'analyse

Le rapport livre un grand nombre d'informations inédites et met en lumière deux points essentiels.

En premier lieu, il apparaît clairement qu'il **n'existe pas une jeunesse mondiale mais des jeunes distinctes** qui s'expriment sur des sujets communs, échangent des opinions et diffusent des jugements. Si les mots sont souvent les mêmes, témoignant d'une véritable exportation des idées, ils ne sont cependant souvent pas appréhendés de la même manière. Ce point est important pour une appréciation des enjeux réels par les décideurs politiques nationaux.

En second lieu, **la défiance est générale.**

L'entreprise fait « l'unanimité » de ce point de vue, perçue de manière relativement négative chez les jeunes sondés des pays étudiés. 48% des jeunes Brésiliens, Étasuniens et Sud-Africains font part de leur déception. Ils sont 37% en France à partager ce point de vue.

Cette perception renvoie notamment au fait que les jeunes aspirent à un meilleur équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle et qu'ils considèrent l'emploi comme un moyen de subvenir à leur besoin davantage que comme un moyen de se réaliser.

Les jeunes expriment **également une faible confiance dans les médias traditionnels, à peine plus élevée dans les réseaux sociaux**, les deux étant taxés de ne pas communiquer une information vraie. Près de la moitié des tweets contenant les mots « médias/presse » et « informations » publiés par les jeunes Brésiliens (50%) et Étasuniens (48%) sur le sujet sont à connotation négative. S'ils sont en particulier manifestement préoccupés par les *fake news*, les entretiens qualitatifs directs montrent aussi leur souci de l'équilibre à tenir entre régulation de l'information et censure.

Sur les GAFAs, plus d'un quart des tweets des jeunes Français (26%) et des jeunes Chinois (25%) sur le sujet sont négatifs. C'est sur la liberté d'expression, le pouvoir de censure de ces entreprises et les enjeux de leur régulation que s'articulent transversalement les débats les plus engageants.

Le rôle des États et gouvernements est enfin largement mentionné. Les jeunes semblent exprimer des attentes à leur égard, plus ou moins fortes en fonction des thématiques mais systématiquement présentes.

Quelles réponses les décideurs peuvent-ils apporter aux préoccupations des jeunes ?

- Réguler les géants du numérique

Les jeunes soutiennent les régulations publiques nationales ou internationales à l'égard des GAFAs. La sympathie des jeunes pour ces mesures pourrait être un atout pour les décideurs à un moment où ils s'interrogent au niveau mondial sur des règles fiscales ou éditoriales à leur appliquer.

- Former au sens critique

La méfiance et la demande de vérité concernant les réseaux, médias et *fake news* se double en entretiens qualitatifs d'un appel à une meilleure formation à l'appréciation de l'information et au sens critique. Le think tank SKEMA PUBLIKA se penchera sur la mise en place d'outils opérationnels permettant l'interrogation, le tri et la validation de l'information reçue.

- Réformer l'entreprise

La grande défiance manifestée vis-à-vis de l'entreprise appelle les politiques nationaux et sans doute multilatéraux à se pencher sur une révision des paradigmes mêmes du monde du travail.

Le rapport est consultable au lien suivant : <https://publika.skema.edu/fr/rapport-eyes-2021/>

📺 A retrouver en vidéo, le **décryptage de l'étude EYES par Claude Revel et Xavier Desmaison** :



À propos de SKEMA Business School

Avec 9 500 étudiants de plus de 120 nationalités et 50 000 diplômés présents dans 145 pays, SKEMA Business School est une école globale qui, par sa recherche, plus de 70 programmes d'enseignement et sa structure multisite internationale

forme et éduque les talents dont ont besoin les entreprises du XXI^e siècle. Désormais, l'école est présente sur 7 sites dans 5 pays : 3 campus en France (Lille, Sophia-Antipolis, Paris), 1 en Chine (Suzhou), 1 aux États-Unis (Raleigh), 1 au Brésil (Belo Horizonte) et 1 en Afrique du Sud (Stellenbosch).

Les 180 professeurs que compte la Faculté se répartissent dans 3 académies (Globalisation, Innovation, digitalisation). La Recherche compte 5 centres qui représentent les principales dimensions du management. L'école a également implanté à Montréal son centre de recherche et de ressources en Intelligence Artificielle.

SKEMA Ventures, le dispositif d'incubation-accelération de SKEMA compte plus de 200 projets incubés.

SKEMA est multi-accréditée - Equis, AACSB et EFMD Accredited EMBA. Ses programmes sont reconnus en France (Visa, Grade de Licence, Grade de Master, RNCP, label CGE), ainsi qu'aux États-Unis (Licensing), au Brésil (Certificação) et en Chine (Reconnaissance ministère de l'Éducation). www.skema-bs.fr. Suivez-nous sur twitter : @SKEMA_BS

A propos d'Antidox

Antidox est un groupe de conseil en stratégie de communication à forte dimension numérique, acteur référent du secteur dans l'accompagnement de dirigeants, les stratégies de communication numérique, la gestion de controverses, les crises et le déploiement de stratégies de communication. Il conçoit pour ses clients des contenus à haute valeur ajoutée afin de porter leur voix dans la société numérique.

Acteur indépendant, nous positionnons les dirigeants au cœur des débats d'idées impactant leur activité et connectons les organisations à leur écosystème : des décideurs aux influenceurs, des consommateurs aux collaborateurs.

Créé en 2010 par Xavier Desmaison, Antidox rassemble aujourd'hui une quarantaine d'experts en veille et influence digitale, relations presse et stratégies social media, identité visuelle et création graphique.

Menés en collaboration avec des chercheurs, les travaux de notre Lab ont vocation à créer et accompagner des start-up dans leur croissance, à inventer de nouvelles formes sociétales et à aider les grandes entreprises à intégrer les innovations technologiques et sociales.

Contacts Presse :

SKEMA Business School
Christine Cassabois
06 27 49 36 59
christine.cassabois@skema.edu

Antidox
Sabrina Russo
srusso@comcorp.fr
06 82 92 94 45

Bénédicte Couturier
bcouturier@comcorp.fr
06 33 58 57 24