



LES JEUNES BRETONS ET LEURS STRATÉGIES D'INFORMATION

Résultats et rapport de l'enquête menée par le réseau Information Jeunesse Bretagne de septembre à décembre 2006 auprès de 2 792 jeunes Bretons âgés de 16 à 30 ans.



Réseau Information Jeunesse Bretagne

www.ij-bretagne.com



CHARTRE EUROPEENNE DE L'INFORMATION JEUNESSE

Adoptée à Bratislava (République Slovaque) le 19 novembre 2004 par la 15^{ème} Assemblée générale de l'Agence européenne pour l'information et le conseil des jeunes (ERYICA).

PRÉAMBULE

Dans des sociétés complexes et dans une Europe intégrée qui offre de nombreux défis et opportunités, l'accès à l'information et la capacité à l'analyser et l'utiliser sont de plus en plus importantes pour les jeunes européens. Le travail en information jeunesse peut les aider à réaliser leurs aspirations et peut promouvoir leur participation comme membres actifs dans la société. L'information jeunesse doit être dispensée de manière à élargir les choix offerts aux jeunes et promouvoir leur autonomie ainsi que leur capacité à penser et agir par eux-mêmes.

Le respect de la démocratie, des droits de l'homme et des libertés fondamentales implique le droit, pour tous les jeunes, d'avoir accès à une information complète, objective, compréhensible et fiable sur tous leurs questions et besoins. Ce droit à l'information a été reconnu dans la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme, par la Convention relative aux Droits de l'Enfant, dans la Convention Européenne pour la Protection des Droits de l'Homme et par la Recommandation n° R (90) 7 du Conseil de l'Europe concernant l'information et les conseils à donner aux jeunes en Europe. Ce droit est également la base des actions en information jeunesse entreprises par l'Union Européenne.

INTRODUCTION

Le travail en information jeunesse généraliste couvre tous les sujets qui intéressent les jeunes et peut inclure un éventail d'activités : information, conseil et avis, orientation, aide, accompagnement, "coaching" et formation, travail en réseau, ainsi que renvoi vers des services spécialisés. Ces activités peuvent être dispensées par des centres d'information jeunesse, ou par des services d'information jeunesse au sein d'autres structures, ou via des médias électroniques ou d'autres types de médias. Les principes de cette Charte sont destinés à être appliqués à toutes les formes de travail en information jeunesse généraliste. Ils constituent une base de standards minimums et de mesures de qualité qui doivent être établis dans chaque pays, en tant qu'éléments d'une approche globale, cohérente et coordonnée du travail d'information jeunesse, ce dernier faisant partie de la politique de jeunesse.

PRINCIPES

Les principes suivants constituent des lignes directrices pour le travail en information jeunesse généraliste qui vise à garantir aux jeunes le droit à l'information :

1. Les centres et les services d'information jeunesse sont ouverts à tous les jeunes sans exception.
2. Les centres et les services d'information jeunesse s'efforcent de garantir l'égalité d'accès à l'information à tous les jeunes, quels que soient leur situation, leur origine, leur sexe, leur religion, ou leur catégorie sociale. Une attention particulière doit être portée aux groupes défavorisés et aux jeunes ayant des besoins spécifiques.
3. Les centres et les services d'information jeunesse doivent être accessibles facilement et sans rendez-vous. Ils doivent être attrayants pour les jeunes et offrir une atmosphère accueillante. Leurs horaires de fonctionnement doivent correspondre aux besoins des jeunes.
4. L'information fournie est déterminée par les demandes des jeunes, ainsi que par la perception de leurs besoins en information. Elle traite tous les sujets qui peuvent intéresser les jeunes et évolue constamment de manière à couvrir de nouveaux sujets.
5. Chaque usager est respecté comme un individu à part entière et la réponse à chaque question est personnalisée. Cela doit être fait d'une manière qui permette à l'utilisateur de renforcer sa capacité à penser et agir par lui-même, d'exercer son autonomie et de développer sa capacité à analyser et utiliser l'information.
6. Les services d'information jeunesse doivent être gratuits.
7. L'information est fournie de manière à respecter la vie privée de l'utilisateur ainsi que son droit à ne pas révéler son identité.
8. L'information est dispensée de manière professionnelle par du personnel qui est formé à cet effet.
9. L'information fournie est complète, à jour, exacte, pratique, conviviale et facile d'utilisation.
10. Tout est mis en œuvre afin d'assurer l'objectivité de l'information dispensée, et ce grâce au pluralisme des sources utilisées ainsi qu'à leur vérification.
11. L'information dispensée doit être indépendante de toute influence religieuse, politique, idéologique ou commerciale.
12. Les centres et les services d'information jeunesse s'efforcent d'atteindre le plus grand nombre possible de jeunes, en utilisant des moyens efficaces et appropriés selon les différents groupes et besoins. Ils doivent pour ce faire être créatifs et novateurs dans le choix de leurs stratégies, méthodes et outils.
13. Les jeunes doivent avoir l'opportunité de participer, de manière adaptée, aux différentes étapes du travail en information jeunesse, que cela soit au niveau local, régional, national ou international. Cela peut inclure, entre autres, une participation à l'identification des besoins en information, à la préparation et à la diffusion de l'information, à la gestion et à l'évaluation des services et projets d'information, ainsi que des activités impliquant les pairs.
14. Les services et les centres d'information jeunesse doivent coopérer avec d'autres services et structures de jeunesse, en particulier dans leur localité, et travailler en réseau avec des intermédiaires et d'autres organismes qui interviennent auprès des jeunes.
15. Les services et les centres d'information jeunesse doivent aider les jeunes à avoir accès à l'information par le biais des technologies modernes de l'information et de la communication, ainsi qu'à développer leurs compétences à les utiliser.
16. Aucune source de financement du travail en information jeunesse ne doit agir d'une manière qui empêche un service ou un centre d'information jeunesse d'appliquer l'ensemble des principes de cette Charte.

SOMMAIRE

■ 2800 JEUNES NOUS ONT DIT...	6
Jean Lemesle, Président du CRIJ Bretagne	
■ INTRODUCTION	7
■ IDENTITÉ DES RÉPONDANTS	9

1

D'UNE MANIÈRE GÉNÉRALE, COMMENT LES JEUNES S'INFORMENT-ILS ?

■ Les référents en matière de recherche d'information	12
■ Les principales motivations de recherche d'un interlocuteur	13
■ Les jeunes se sentent-ils écoutés, aidés, compris par les adultes ? Pensent-ils que les adultes se sentent concernés par leurs préoccupations ?	14
■ Le temps de la recherche d'information	15
■ Les lieux fréquentés sur une année	15
■ La satisfaction envers les services d'information	17
■ Les motivations des jeunes pour se rendre dans un lieu d'information	17
■ Les réponses apportées lors de la visite d'un lieu d'information	17
■ Le moment de la visite	17
Zoom sur ... les jeunes et leurs manières de s'informer.	18

2

EN CE QUI CONCERNE LE LOGEMENT, L'EMPLOI ET LA SANTÉ, COMMENT LES JEUNES S'INFORMENT-ILS ?

LE LOGEMENT

■ Le lieu d'habitation et la recherche d'un logement	20
■ Les freins et les solutions à l'accès à un logement	21
■ La connaissance des organismes d'information sur le logement	21
■ Les besoins d'information en matière de recherche de logement	22
■ La sollicitation des organismes en matière de logement	22
■ Sentiment d'être informé ou pas	23
Zoom sur ... le logement	23

L'EMPLOI

■ Les ressources financières des jeunes Bretons	24
■ Le budget des jeunes Bretons	24
■ La connaissance des organismes de recherche d'emploi	25
■ La sollicitation des organismes de recherche d'emploi	25
■ Les besoins d'information en matière de recherche d'emploi et sentiment d'information	26
■ Les freins à l'accès à un emploi	27
Zoom sur ... l'emploi	27

LA SANTE

■ Les professionnels de la santé rencontrés ces 12 derniers mois	28
■ La connaissance des organismes de santé	28
■ La sollicitation des organismes de santé	29
■ Les besoins d'information en matière de santé	29
■ Les référents en matière de santé	30
■ Les modes d'information souhaités en matière de santé	31
Zoom sur ... la santé	32

3

LES JEUNES BRETONS ET LEUR ENGAGEMENT.....33

■ Les causes et les manières de se mobiliser	33
■ L'avenir des jeunes en Bretagne	34
Zoom sur ... l'engagement	34

■ REGARDS DE.....35

Olivier Allouard, chargé d'études à GECE

■ PERSPECTIVES.....37

Christophe Moreau, sociologue à Jeudevi, chercheur au LARES/Université Rennes 2

■ CENTRE, BUREAUX (BIJ) & POINTS (PIJ) INFORMATION JEUNESSE EN BRETAGNE42

2 800 JEUNES NOUS ONT DIT...

Le CRIJ Bretagne a fêté ses 30 ans en 2007 : le début d'une histoire locale et régionale avec un réseau Information Jeunesse fier aujourd'hui de ses 70 sites, Points ou Bureaux Information Jeunesse, et associations départementales répartis dans les 4 départements.

La présente étude, réalisée par des dizaines de professionnels du réseau ou de partenaires, arrive au bon moment pour actualiser notre regard sur les jeunes Bretons de 15 à 25 ans, leurs pratiques, leurs projets et notamment sur leurs manières de faire dans le domaine de la recherche d'informations (logement/ressources financières – emploi et insertion – santé – projets d'avenir...)

Sur quoi envisagent-ils de s'engager ? 2800 jeunes nous ont fait part de leur point de vue fin 2006, leurs réponses nous apportent plusieurs raisons d'espérer :

- ils privilégient leur avenir en Bretagne
- ils sont plus de 20% prêts à s'investir dans les associations...
- 3 jeunes sur 4 trouvent les lieux d'accueil et d'informations satisfaisants et adaptés
- et ils sont 63% à apprécier d'y rencontrer un professionnel qui les écoute et les conseille tout en étant nombreux à utiliser internet pour leurs recherches.

Et pourtant ils sont nombreux encore à se sentir insuffisamment informés, d'où leur inclinaison "naturelle" à solliciter les parents ou les copains...

Ce document est une mine de données précieuses pour tous ceux qui, pour mieux agir, souhaitent d'abord mieux comprendre. Ces informations vont nous aider à garder des ressources documentaires adaptées et des formes de communication plus ajustées à leurs pratiques. Ceci ne peut que renforcer nos desseins et nos convictions dans l'exercice de notre mission d'intérêt public : accueillir et informer tous les jeunes -gratuitement- sur tous les territoires, et sur tous les domaines de la vie qui les concernent et les aider à construire leur projet, sachant qu'ils rêvent de les réaliser, en priorité, en Bretagne.

C'est aussi l'occasion pour nous d'exprimer notre reconnaissance aux nombreux élus locaux, départementaux, régionaux, aux militants associatifs, qui avec les services de l'État et de la Fédération bretonne des CAF, soutiennent nos services et notre développement. C'est aussi une invitation aux nouveaux élus qui vont être confrontés, après leur élection, à la nécessité de débattre des orientations de leur prochaine politique jeunesse. L'information est une des clefs de l'autonomie personnelle, citoyenne des jeunes; elle nécessite de s'appuyer sur des propositions diversifiées, proches, et respectant la charte européenne de l'Information Jeunesse, qui affirme des valeurs d'égalité d'accès et de respect des principes républicains.

Jean Lemesle
Président du CRIJ Bretagne



INTRODUCTION

L'étude sur "les jeunes Bretons et leurs stratégies d'information" a été réalisée au cours du quatrième trimestre 2006 auprès de 2 792 jeunes bretons âgés de 16 à 30 ans.

Cette initiative est une première étape de la mise en place d'un observatoire portant sur les jeunes de Bretagne et leurs comportements en matière d'information.

L'objectif de cette démarche est de proposer un espace de parole aux jeunes afin de donner aux acteurs des politiques jeunesse, aux professionnels et aux élus, des éléments essentiels sur les besoins et préoccupations actuels des jeunes. Cette enquête a également la volonté de mettre en lumière les comportements et les manières d'agir des jeunes en matière de recherche d'information.

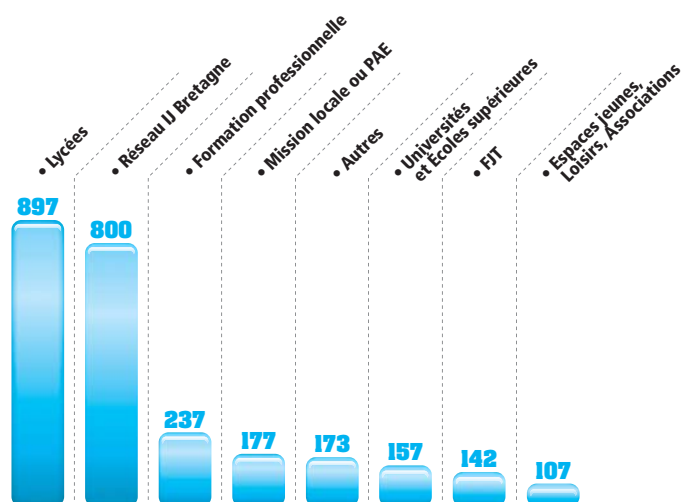
Cette étude a été conçue et mise en œuvre par le réseau Information Jeunesse Bretagne. Plus précisément, elle a été portée par les Points Information Jeunesse de Pont-l'Abbé, Carhaix-Plouguer, Fougères, Vern-sur-Seiche, Lamballe, Lanvollon, Lannion, les Bureaux Information Jeunesse de Lorient et de Saint-Brieuc, les associations départementales Information Jeunesse des Côtes d'Armor et du Morbihan, ainsi que par les missions Information Jeunesse en Finistère et Ille-et-Vilaine. L'opération a été coordonnée par le CRIJ Bretagne et ses animateurs réseau.

Christophe Moreau, sociologue à Jeudevi et au LARES (laboratoire de recherche en sociologie de Rennes 2), a eu pour mission d'animer et d'accompagner les participants sur une "formation-action", avec comme point de départ une meilleure connaissance du public.

L'association GECE -Groupe d'études culturo-économiques- a ensuite accompagné le réseau Information Jeunesse Bretagne en réalisant une analyse descriptive des données. Les réponses issues du questionnaire de cette enquête constituent une base de plus de 320 000 données. C'est sur l'analyse réalisée par GECE que s'appuie notre rapport.

La passation des questionnaires s'est déroulée sur différents lieux et structures d'information. Ainsi, outre le réseau des PIJ et BIJ bretons (un peu moins d'1/3 des jeunes interrogés ont répondu au sein d'une vingtaine de structures IJ), le questionnaire a été diffusé dans plus de 100 structures : dans des lycées (1/3 des enquêtés), écoles supérieures et universités, des Missions Locales, des CIO, des PAE, des Foyers de jeunes travailleurs, des organismes de formation professionnelle, des équipements de quartiers et autres lieux accueillant des jeunes régulièrement.

Structures de passation



	Nb
22 Côtes d'Armor	1003
29 Finistère	664
35 Ille-et-Vilaine	742
56 Morbihan	281
Total	2690

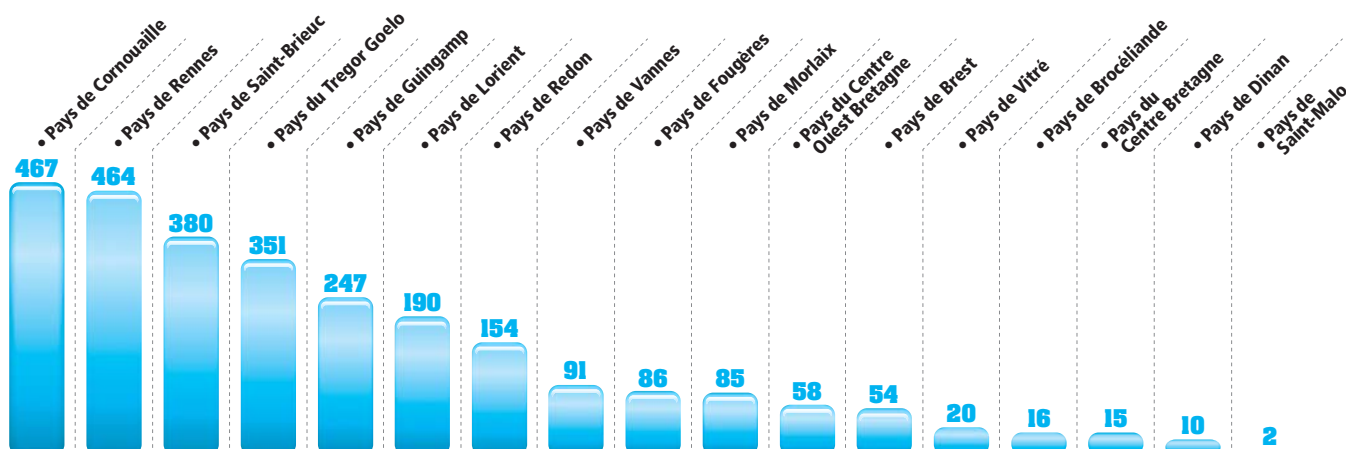
Ainsi, 2792 jeunes ont répondu à cette enquête à travers la Bretagne. L'analyse des données a écarté une centaine de questionnaires difficiles à traiter. L'analyse des données se base au final sur 2690 questionnaires¹.

Si la passation n'est pas équitablement répartie sur l'ensemble des départements, chacun d'entre eux est représenté par au moins un pays.

(Voir graphique ci-dessous).

Ce rapport restitue les résultats de cette enquête en deux grandes parties. La première permet de mieux saisir comment, en général, les jeunes s'informent aujourd'hui. La seconde, si elle concerne aussi leurs stratégies d'information, se veut plus précise sur les questions du logement, de l'emploi et de la santé. Une dernière partie restitue les résultats des questions abordant le thème de l'engagement.

Nombre de passations par Pays



Note 1 : Certaines questions ont été traitées à partir de la totalité des 2792 questionnaires retournés. Une mention est indiquée sur les graphiques concernés.



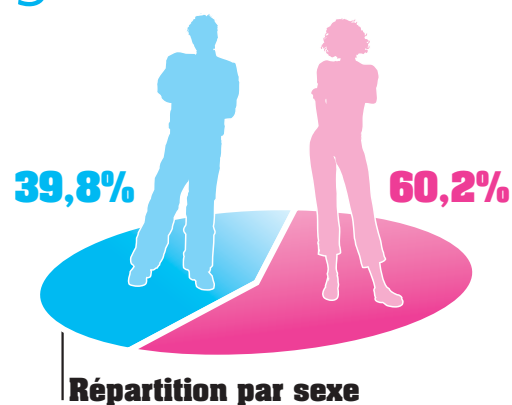
IDENTITÉ DES RÉPONDANTS

L'échantillon est composé majoritairement de filles (60,2%). D'après l'Insee, les jeunes Bretons sont représentés par autant de filles que de garçons. Il y a ainsi une sur-représentation du sexe féminin au sein de l'échantillon.

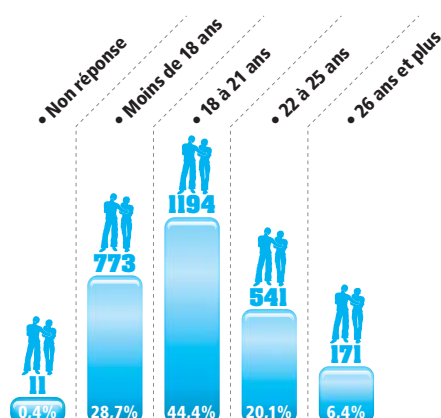
Ce chiffre est à mettre en parallèle avec la fréquentation des structures d'information où la proportion fille/garçon est proche de ce rapport.

(Le réseau Information Jeunesse Bretagne a par exemple accueilli en 2006 58,5% de filles pour 41,5% de garçons*)

*Chiffre calculé sur 108 987 jeunes pour une fréquentation totale du réseau IJ Breton en 2006 de 280 900 visites).



Effectifs des classes d'âges



En termes de classe d'âge, les 18-21 ans sont largement représentés avec 44,4% du total des répondants. Les autres classes ne sont pas négligeables puisque les moins de 18 ans représentent 28,7% des enquêtés et les 22-25 ans 20,1%. Les plus de 26 ans constituent la classe d'âge la moins représentée avec 6,4% des jeunes ayant participé à cette étude.

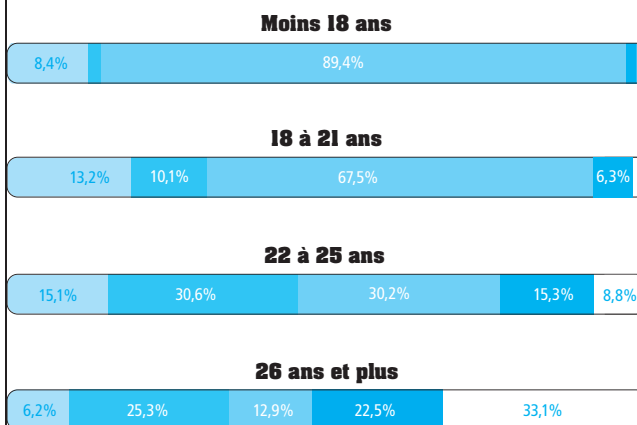
Les tranches d'âge ont été définies selon les situations ou activités des jeunes au moment de l'enquête :

La tranche d'âge "Moins de 18 ans" représente 28,7% de l'échantillon. Ce sont principalement des étudiants et scolaires (89,4% de cette tranche d'âge sont étudiants ou scolaires)

La tranche d'âge "18 à 21 ans" est également représentée en majorité par les étudiants et scolaires. Ainsi, encore 2 jeunes sur 3 âgés de 18 à 21 ans sont étudiants ou scolaires. 1 sur 10 est demandeur d'emploi.



Situation des jeunes par classe d'âge

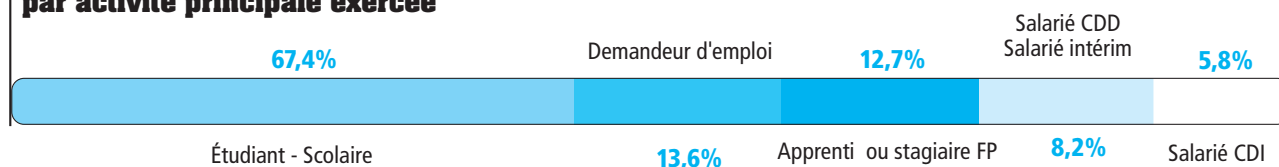


■ Apprenti ou stagiaire FP
 ■ Demandeur d'emploi
■ Étudiant - Scolaire
 ■ Salarié CDD - Salarié intérim
 ■ Salarié CDI

La tranche d'âge "22 à 25 ans" représente 20,1% de l'échantillon. Elle est surtout représentée par des demandeurs d'emploi (30,6%) et des étudiants (30,2%).

La tranche d'âge "26 ans et plus" représente 6,4% des répondants. Les catégories de salariés dominent sensiblement cette tranche d'âge : Les plus représentés sont les salariés en CDI avec 33,1%. Un peu plus loin, les demandeurs d'emploi et les salariés en CDD ou en intérim sont également présents avec respectivement 25,3% et 22,5% de cette classe d'âge.

Proportion des jeunes ayant répondu par activité principale exercée



Les étudiants et scolaires composent principalement la population enquêtée : 2 jeunes sur trois ayant participé à cette enquête sont en cours d'étude. La part des jeunes pour chaque autre classe d'activité reste significative. Le nombre de jeunes par catégorie (plus de 150 par exemple pour les salariés) est suffisant pour permettre une interrogation par activité.

Notre échantillon est équitablement réparti au niveau des diplômes. Chaque catégorie de diplôme est en effet représentée par environ 20% à 29% des répondants.

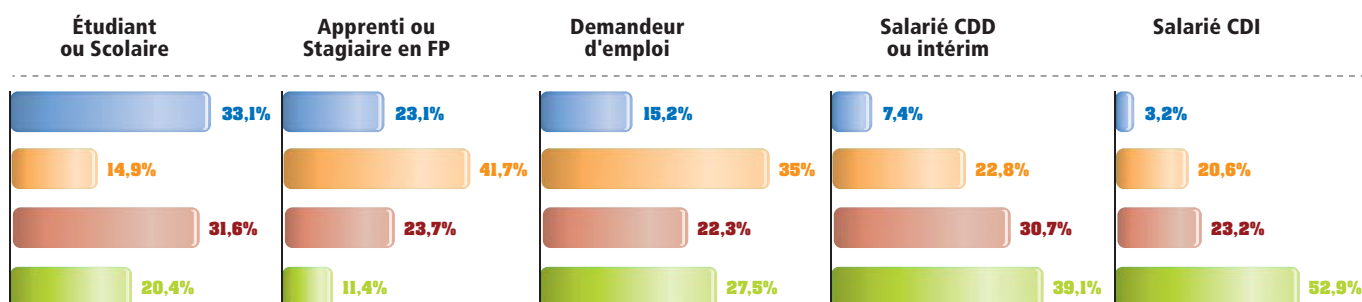
En premier lieu, la plupart des scolaires et étudiants ont un diplôme inférieur ou équivalent au baccalauréat (64,7%).

Au sujet des apprentis et stagiaires de la formation professionnelle, la plus grande partie d'entre eux possèdent un CAP, un BEP ou un diplôme de niveau équivalent (41,7%). Près d'un quart n'ont aucun diplôme ou le brevet des collèges. Ceci est logique puisqu'ils sont en cours d'accès à un diplôme.

Pour les demandeurs d'emploi, même si environ 50% d'entre eux ont le baccalauréat ou un diplôme supérieur au baccalauréat, il faut tout de même noter la présence conséquente de jeunes en possession d'un CAP ou d'un BEP (35%).

Les salariés en CDD ou en Intérim sont plus de 2 sur 3 à posséder un baccalauréat ou un diplôme de l'enseignement supérieur (69,8%).

Enfin, les salariés en CDI sont composés de 52,9% de diplômés de l'enseignement supérieur et 23,2% diplômés du baccalauréat. Ils ne sont qu'une petite partie à ne posséder aucun diplôme ou le niveau brevet des collèges (3,2%).



- Aucun diplôme ou brevet des collèges - **27,1%**
- CAP, BEP - **20,4%**
- Bac pro et général - **29,2%**
- Diplôme de l'enseignement supérieur - **23,3%**

(en italique, pourcentages calculés à partir de la totalité de la population enquêtée)

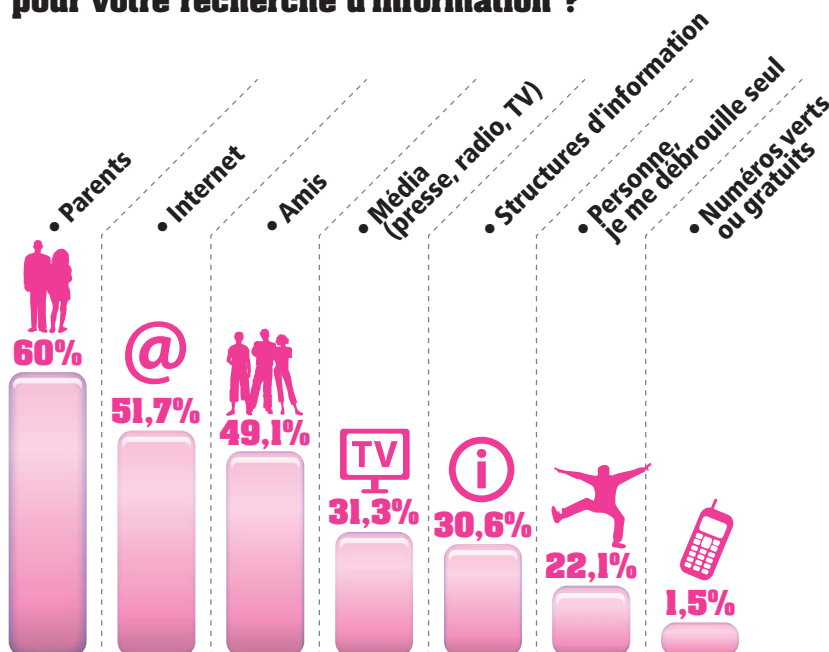


D'UNE MANIÈRE GÉNÉRALE, COMMENT LES JEUNES S'INFORMENT-ILS ?

Auprès de qui vous adressez-vous en priorité pour votre recherche d'information ?

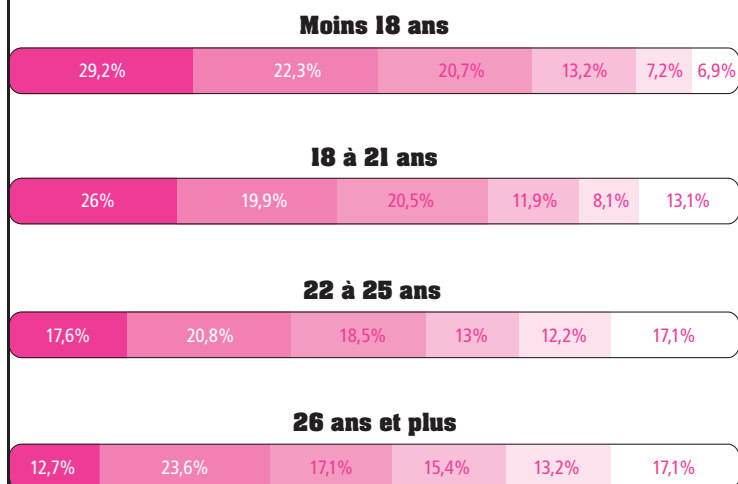
LES REFERENTS EN MATIERE DE RECHERCHE D'INFORMATION

En matière de recherche d'informations, les jeunes questionnent d'abord leurs parents (60%), internet (51,7%) et leurs amis (49,1%). Les médias et les structures d'informations sont prioritaires pour environ un jeune sur trois. Les numéros verts ou gratuits sont très peu utilisés puisque seulement 1,5% d'entre eux y font référence.



Pourcentages calculés sur la base des 2792 enquêtés.
Somme des pourcentages supérieure à 100
du fait des réponses multiples.

Les sources d'informations selon l'âge



Pourcentages calculés sur la base des 2792 enquêtés.

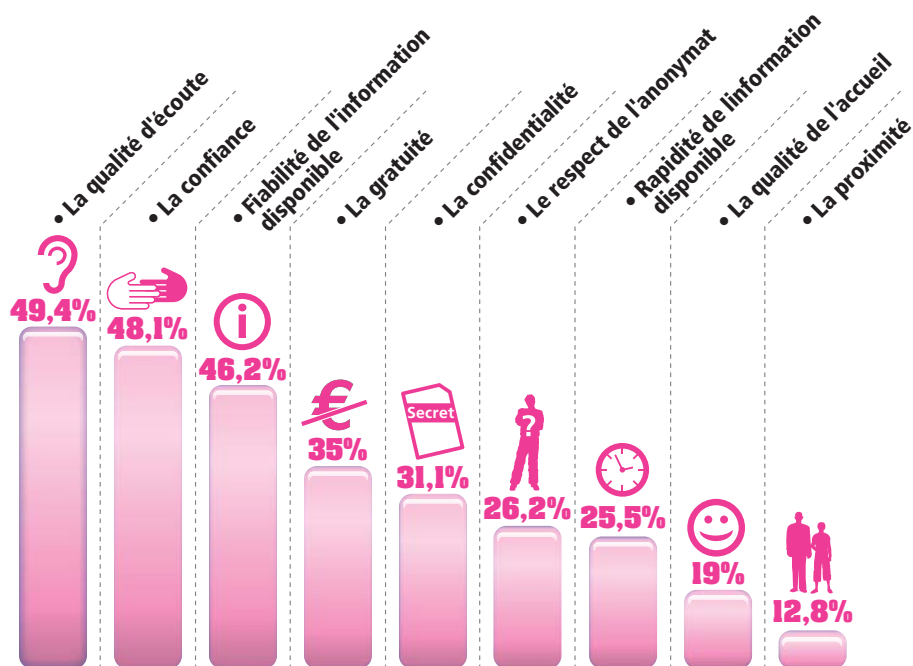


LES PRINCIPALES MOTIVATIONS DE RECHERCHE D'UN INTERLOCUTEUR

Les principales motivations (ce qu'ils apprécient le plus) des jeunes lorsqu'ils vont à la rencontre d'un interlocuteur (parents, amis, structures d'informations, etc.), ce sont la qualité d'écoute (49%), la confiance (48%) et la fiabilité de l'information disponible (46%).

Ensuite, la gratuité est également un élément non négligeable dans leur motivation (plus d'un jeune sur trois compte dans ses principales motivations la notion de gratuité). Enfin, la confidentialité, le respect de l'anonymat ainsi que la rapidité de l'information restent importants pour les jeunes.

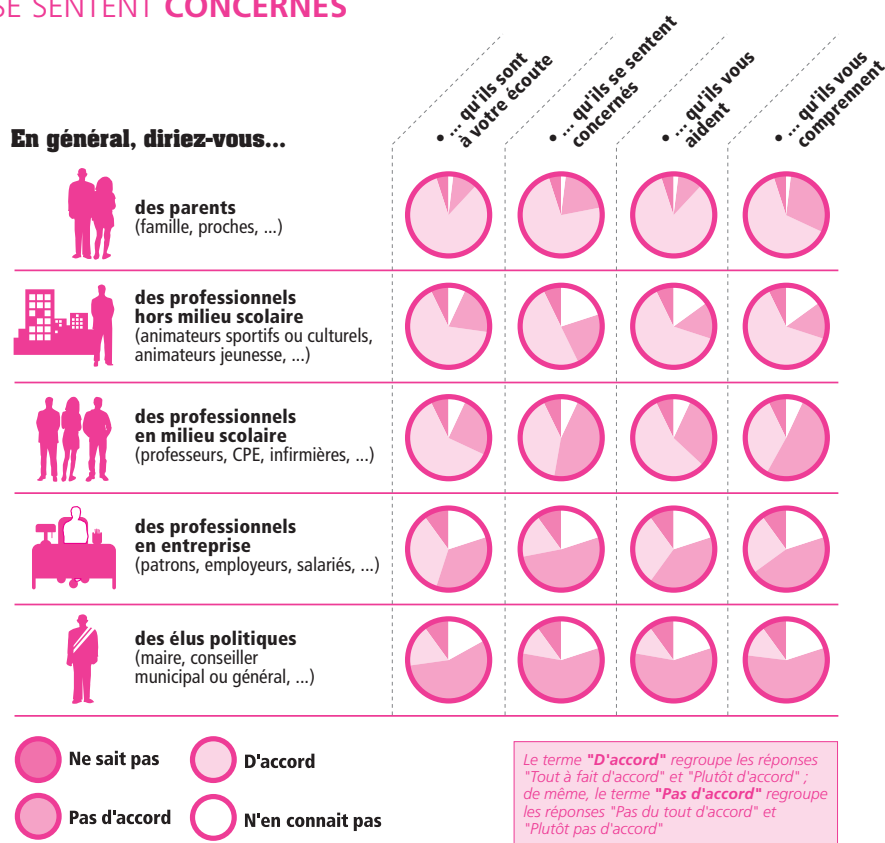
Les motivations des jeunes pour choisir leurs interlocuteurs



Pourcentages calculés sur la base des 2792 enquêtés.
Somme des pourcentages supérieure à 100 du fait des réponses multiples.

LES JEUNES SE SENTENT-ILS ÉCOUTÉS, AIDÉS, COMPRIS PAR LES ADULTES ; PENSENT-ILS QUE LES ADULTES SE SENTENT CONCERNÉS PAR LEURS PRÉOCCUPATIONS ?

Le regard des jeunes vis-à-vis des adultes varie en fonction de la place que ces adultes occupent auprès des jeunes. Les parents sont ainsi logiquement très présents auprès des jeunes (validant les réponses de la question page 11). Ce sont les interlocuteurs prioritaires en matière de recherche d'information générale. Les jeunes jugent très positivement la qualité d'écoute, l'intérêt qu'ils portent à leurs préoccupations, l'aide apportée (respectivement 85%, 78%, 84% et 66%).



La relation avec les professionnels hors milieu scolaire (animateurs sportifs ou culturels, animateurs jeunesse, ...) semble être appréciée des jeunes.

Environ deux jeunes sur trois se sentent écoutés et un jeune sur deux se sent aidé et compris. D'autre part, un jeune sur deux estime que ces professionnels se sentent concernés par leurs problèmes.

Ainsi, les animateurs des structures accueillant des jeunes jouent un rôle significatif. Leur lien social direct avec ces populations leur permet d'entretenir des relations étroites avec eux.

La relation avec les professionnels en milieu scolaire (professeurs, CPE, infirmières, ...) est ressentie de manière plus mitigée.

D'un côté, les jeunes jugent plutôt positivement l'écoute et l'aide apportée par ces professionnels (respectivement 60% et 54%). Alors que de l'autre, ils jugent négativement la considération et la compréhension de ces professionnels (près de 50%).

La relation des jeunes avec les professionnels en entreprise (patrons, employeurs, salariés) est jugée plutôt négativement.

Seulement 38% des jeunes se sentent écoutés dans le monde professionnel.

Que l'individu soit salarié ou non salarié, il dit des professionnels de l'entreprise qu'ils ne se sentent pas concernés par leurs sujets de préoccupations (51%), qu'ils n'apportent pas d'aide (43%) et qu'ils ne comprennent pas leurs situations (46%).

Cette tendance négative est encore plus nette lorsque l'on observe les salariés. Par exemple, 2/3 des salariés en CDI ne se sentent pas du tout aidés par les employeurs.

La relation des jeunes avec les élus (maire, conseiller général...) est considérée très négativement. Tout d'abord, 20% n'en connaissent aucun.

Ensuite, entre 50% et 60% des jeunes jugent l'écoute, la compréhension, l'aide et l'implication très peu à l'avantage des élus.

Ainsi, seulement 10% à 20% des jeunes ont une vision plutôt positive des élus.

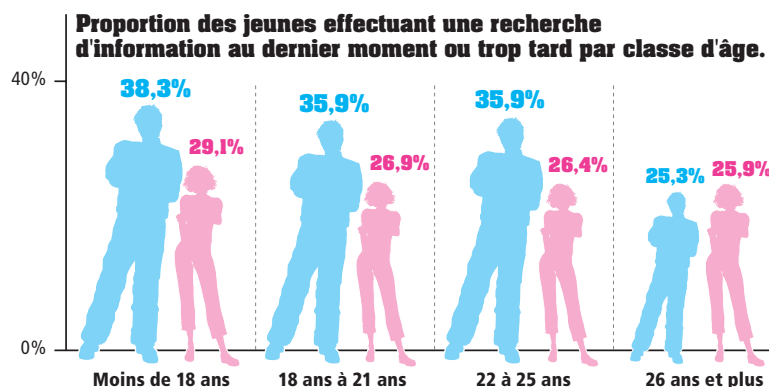
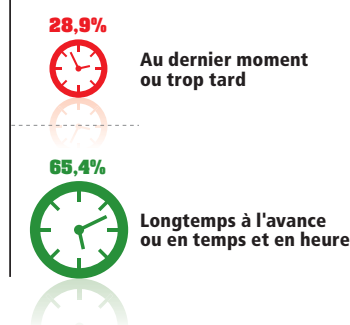
LE TEMPS DE LA RECHERCHE D'INFORMATION

Lorsque les jeunes recherchent une information, c'est surtout une information qu'ils n'ont pas encore (57%) et pour certains pour compléter une information qu'ils avaient déjà (20,7%).

Quand vous cherchez une information, c'est :

	% obs.
Une information que vous n'aviez pas encore	57,0%
Compléter une information que vous aviez	20,7%
Vérifier une information que vous aviez déjà	14,9%

Quand vous cherchez une information, c'est plutôt :



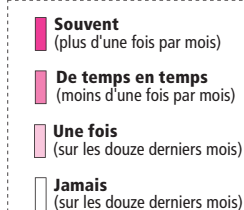
Lorsque les jeunes recherchent une information c'est surtout longtemps à l'avance ou en temps et en heure (65,4%). S'informer suppose une organisation préalable : cette information, les jeunes savent qu'ils vont en avoir besoin, ils s'organisent comme ils le souhaitent pour aller la chercher. Les jeunes filles semblent mieux s'organiser que les jeunes garçons (71% contre 61,5%). Cet écart tend à disparaître avec l'âge.

Ces graphiques mettent en évidence une donnée importante : près d'un jeune sur trois admet s'informer au dernier moment ou trop tard.

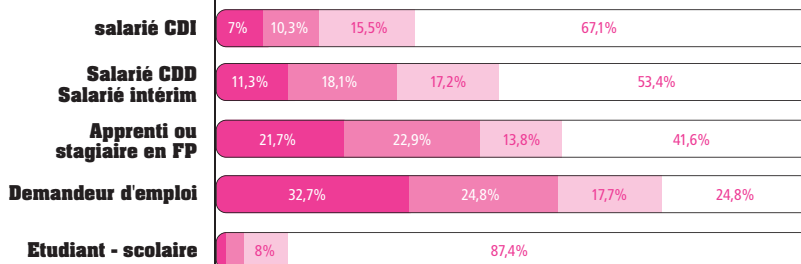
LES LIEUX FREQUENTES SUR UNE ANNEE

D'une manière générale, plus de deux jeunes sur trois n'ont jamais fréquenté les lieux d'information sur les sujets de l'emploi et du logement (PIJ, BIJ, CRIJ, Mission locale et ANPE) mis à leur disposition.

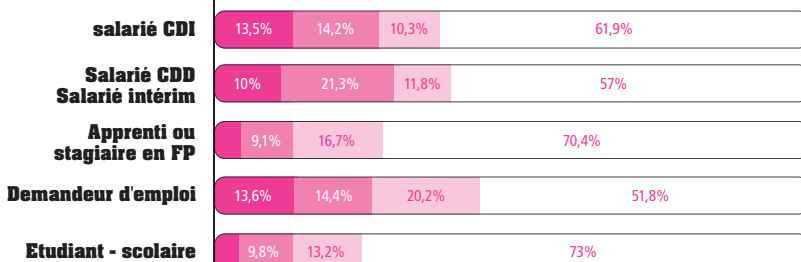
Cette proportion est encore plus élevée quant il s'agit du planning familial, des assistantes sociales et/ou des travailleurs sociaux (Plus de 80%).



Fréquentation des Missions Locales



Fréquentation du réseau Information Jeunesse



En revanche, plus d'un jeune sur deux a fréquenté une mairie et un professionnel de santé.

Ensuite, lorsque l'on regarde plus dans le détail, on observe quelques résultats intéressants :

Les demandeurs d'emploi, ainsi que les stagiaires en formation professionnelle, fréquentent assez régulièrement les Missions Locales. Seulement 30% d'entre eux n'y sont jamais allés. De même, les salariés en CDD y passent de temps en temps (50%).

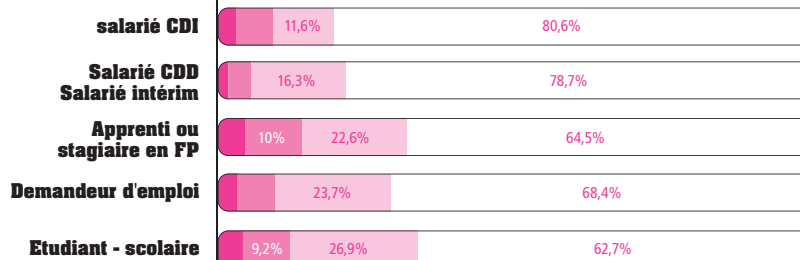
Les salariés en CDD et les demandeurs d'emploi sont plus nombreux à se rendre au CRIJ, PIJ ou BIJ. Environ 50% s'y sont déjà rendus au moins une fois depuis septembre 2005.

Les salariés en CDD et en CDI fréquentent plus régulièrement un professionnel de santé. Ils ne sont que 16,6% et 18,6% respectivement à ne pas avoir effectué une visite.

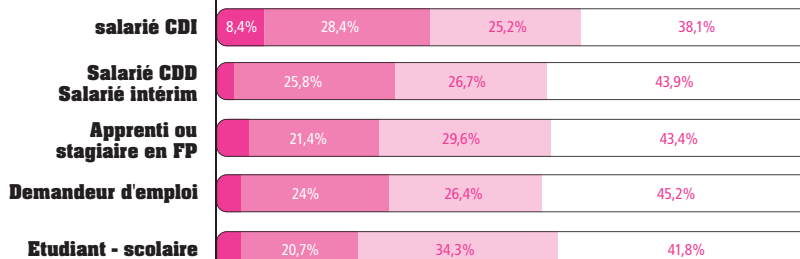
Contrairement aux autres catégories (20%), un chômeur sur trois est allé voir une assistante sociale.

Logiquement et de part leurs obligations, les demandeurs d'emploi se rendent très fréquemment à l'ANPE. Seulement, 14,2% ne s'y sont pas rendus depuis septembre 2005. De même pour les actifs, ils s'y rendent plus fréquemment (39% pour les CDD, 51,9% pour les CDI et 31,2% pour les stagiaires en formation professionnelle).

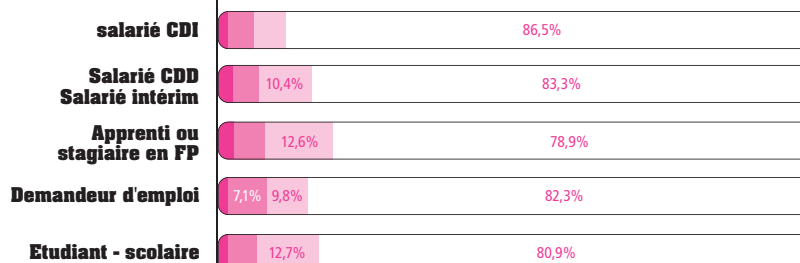
Fréquentation des CIO



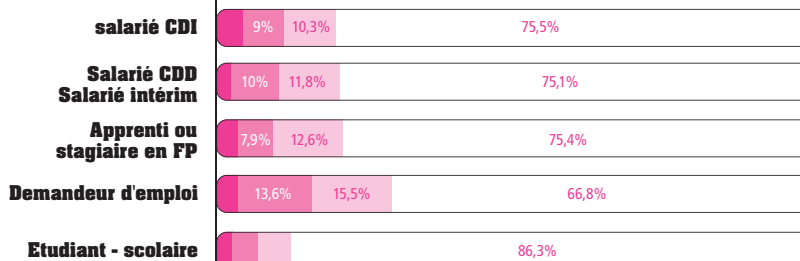
Fréquentation des mairies



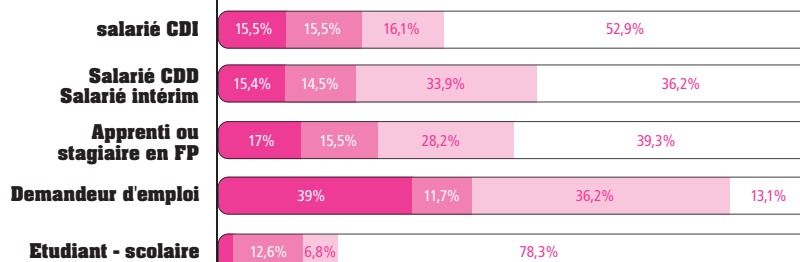
Fréquentation du Planning Familial



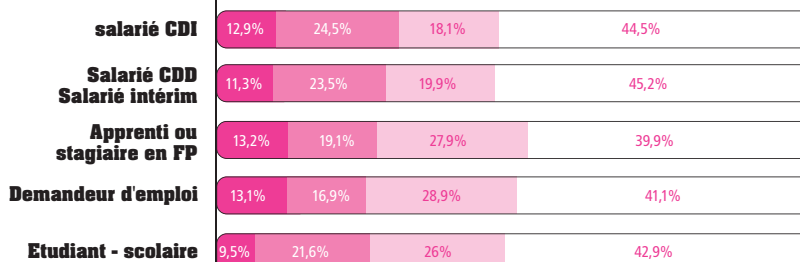
Fréquentation Assistante sociale



Fréquentation ANPE



Fréquentation des professionnels de la santé



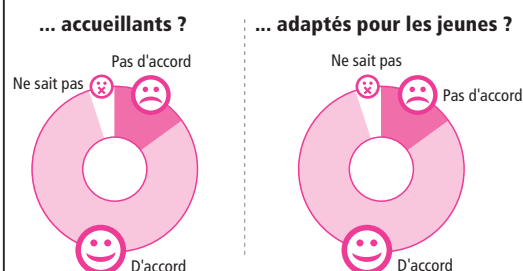
LA SATISFACTION ENVERS LES SERVICES D'INFORMATION

Une forte proportion de jeunes trouvent les lieux d'informations plutôt accueillants (77%) et adaptés (73%).

Ils précisent leurs réponses en décrivant l'aspect positif des structures d'accueil tant sur le plan humain que sur le plan matériel : d'un point de vue humain, ils trouvent la disponibilité, l'amabilité et l'écoute des intervenants très satisfaisantes et, d'un point de vue matériel, ils apprécient la documentation complète et organisée.

Enfin, ils apprécient la décoration et l'ambiance générale des lieux d'information.

En général, diriez-vous que les lieux d'information prévus pour les jeunes sont...



LES MOTIVATIONS DES JEUNES POUR SE RENDRE DANS UN LIEU D'INFORMATION

Quand vous allez dans un lieu d'information, c'est pour y trouver :

	% obs.
Une personne qui conseille	63,0%
Des documents en libre accès	56,8%
Un accès à internet	22,7%
Une personne qui écoute	21,5%
Ne sait pas	7,1%

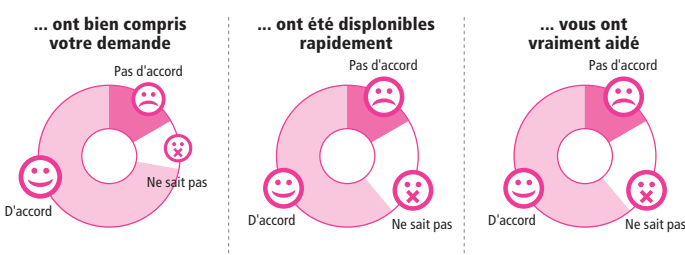
Lorsque les jeunes se déplacent dans un lieu d'information, les deux principales raisons sont d'une part, demander un conseil à un professionnel (63,0%) et d'autre part, consulter des documents en libre accès (56,8%).

D'autres raisons, moins prioritaires, sont évoquées comme pouvoir avoir accès à internet (22,3%) et, rencontrer des personnes à leur écoute (21,4%).

LES REPONSES APPORTEES LORS DE LA VISITE D'UN LIEU D'INFORMATION

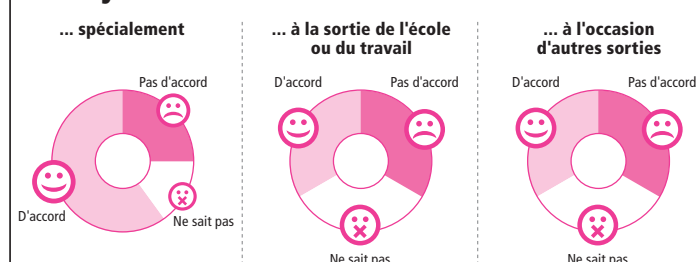
Les jeunes sont assez satisfaits des personnes qui les ont accueillis dans les lieux d'information. Ils considèrent que leurs demandes ont été plutôt bien comprises (74%) et rapidement traitées (58%). Ainsi, ils se sont sentis bien aidés (59%). Aucun jugement n'a été porté lors de leurs visites (42%). En conclusion, les lieux d'information sont bien perçus par leurs visiteurs.

Les personnes à qui vous avez eu à faire...



LE MOMENT DE LA VISITE

Quand vous allez dans les lieux d'information, vous y allez...



La plupart du temps, les jeunes se rendent sur les lieux d'information spécialement (63,7%). C'est donc dans un but précis qu'ils s'y déplacent.

Ensuite, certains jeunes s'y déplacent à d'autres occasions : soit en sortant de l'école ou du travail (31,4%) soit à l'occasion d'autres sorties (32%).

On peut noter que parmi les jeunes, ce sont les salariés et les demandeurs d'emploi en proportion égale qui s'y déplacent le plus spécialement pour cette raison (plus de 70% d'entre eux).

■ DES ENJEUX DE COMMUNICATION...

Les parents et les amis restent les interlocuteurs privilégiés des jeunes pour s'informer.

Les structures d'information ont tout intérêt à se faire connaître également auprès des parents et amis des jeunes ayant besoin d'information...

Les lieux d'information et les professionnels qui y travaillent sont perçus positivement par les jeunes, pourtant ces derniers les utilisent moyennement, voire très peu.

Ici encore, il s'agit pour les structures d'information de mieux se faire connaître auprès des jeunes. Ces derniers repèrent mal ou identifient mal ces lieux ressources.

■ DES ENJEUX AUTOUR DE LA RELATION...

Le relationnel humain (écoute, confiance et conseil) et la fiabilité de l'information sont les éléments les plus importants pour les jeunes pour choisir leurs sources d'information.

Les professionnels de l'information doivent mettre en avant ces qualités humaines et instaurer une relation de confiance avec les jeunes.

■ DES ENJEUX POUR LES PROFESSIONNELS...

Selon leur âge, les jeunes ne s'informent pas de la même manière. Globalement, les premières sources d'information sont les parents, puis internet et les amis ; ensuite, dans une proportion moindre, ils se tournent vers les médias, les structures d'informations ou encore se débrouillent seuls. La progression la plus significative pour les jeunes, en termes de source d'information, concerne les structures d'information : plus ils grandissent, plus ils ont tendance à se tourner vers elles.

Il est nécessaire, pour les organismes d'information, d'adapter leur manière d'informer en fonction des interlocuteurs, par exemple de leur âge. Ainsi, une structure peut être amenée à informer sur un même thème, de différentes manières.

■ DES ENJEUX D'ÉDUCATION...

Les jeunes se réfèrent en second lieu à Internet bien qu'ils placent la "fiabilité de l'information" comme élément déterminant pour le choix d'une source d'information.

L'information sur internet n'est pas toujours fiable. Si certains sites sont pertinents en matière d'information, d'autres le sont beaucoup moins : parfois partiels, réalisés de manière orientée ou encore dans un but mercantile. Il s'agit, pour les professionnels de l'information, d'informer les jeunes sur les intérêts mais aussi les limites d'internet, de les accompagner pour savoir comment bien s'y informer.

Plus largement, il s'agit de développer leur sens critique par rapport à la masse d'information accessible par internet : d'où vient cette information mise en ligne ? De qui émane-t-elle ? De quand date-t-elle ?

Nous pouvons parler d'"éducation à l'information", sur internet mais aussi sur d'autres supports (livres d'information, magazines, journaux, ...) ou encore la connaissance des organismes et structures d'information.

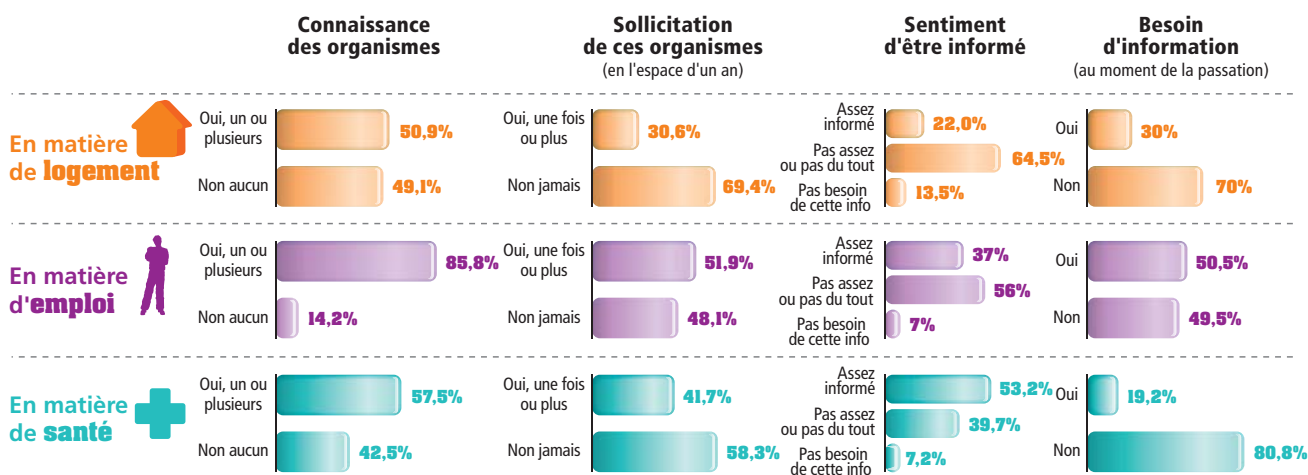
Près d'un jeune sur trois admet s'informer au dernier moment ou trop tard.

Malheureusement, accéder à l'information au dernier moment ou trop tard ne permet généralement pas d'être bien informé ou de bénéficier pleinement de l'information trouvée.

C'est donc un enjeu pour les professionnels de l'information d'anticiper les besoins d'information des jeunes et par conséquent de trouver les moyens de les informer en amont même si ceux-ci n'en formalisent pas encore expressément la demande.

LE LOGEMENT, L'EMPLOI ET LA SANTE, COMMENT LES JEUNES S'INFORMENT-ILS ?

Les résultats de cette enquête permettent de mettre en regard différentes thématiques : le logement, l'emploi et la santé. L'attitude des jeunes et plus précisément leurs manières de s'informer diffèrent selon ces thématiques.



Ainsi ce sont les organismes liés à l'emploi qui sont les mieux connus par les jeunes : près de 9 sur 10 ont connaissance d'au moins un organisme pouvant les informer dans le domaine de l'emploi.

Autre résultat significatif : c'est dans le domaine de la santé que les jeunes se considèrent le mieux informés et c'est donc fort logiquement en matière de santé qu'ils disent avoir le moins besoin d'information.

En matière de logement, la part des jeunes se sentant assez informée est faible (seulement 22%) comparé aux autres sujets abordés dans cette étude. Dans le même temps, c'est aussi en matière de logement que les jeunes identifient le moins d'organismes pour les informer. Il est raisonnable de penser que ce deuxième chiffre explique, au moins en partie, le premier.

LE LOGEMENT

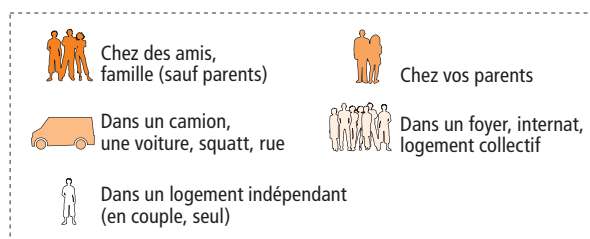
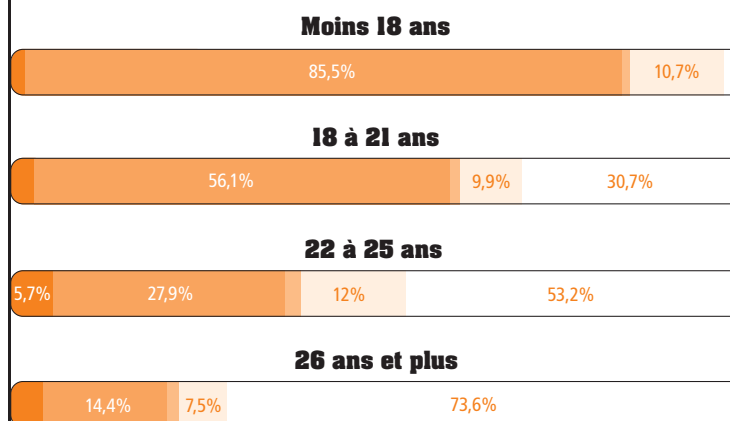
LE LIEU D'HABITATION ET LA RECHERCHE D'UN LOGEMENT

Logiquement, plus les jeunes avancent en âge plus ils sont nombreux à quitter le domicile parental.

Seulement 28,2% vivent dans un logement indépendant et 6,3% dans un foyer, internat ou logement collectif.

Les jeunes salariés en CDI ou en CDD (en grande partie les 22-25 ans et surtout les plus de 26 ans), font exception et prennent leur indépendance : 70,2 % des CDI et 49,1% des CDD vivent hors de chez leurs parents dans un logement indépendant. Néanmoins, parmi les plus de 26 ans, ils sont encore plus d'un jeune sur 7 à vivre chez leurs parents.

Lieux d'habitation par tranche d'âge



Êtes-vous en recherche d'une location ?

	Nb	% cit.
Non	2277	84,6%
Oui	413	15,4%

Cette faible proportion de jeunes à rechercher un logement, 15,4% de la population enquêtée, est à rapprocher de la période de transmission du questionnaire (dernier trimestre 2006) qui n'est pas vraiment la période de recherche d'une location pour beaucoup de jeunes. Une étude à la fin d'une année scolaire et universitaire apporterait indiscutablement des résultats différents auprès des populations en début ou en fin de cursus universitaires.

Une seule tendance significative apparaît parmi ceux qui recherchent une location. Environ un demandeur d'emploi sur trois (29,2%) recherche un logement. Ils sont demandeurs d'appartements vides, qu'ils occuperaient seuls ou en couple pour une durée indéterminée.

Selon vous, quelles sont les principales raisons qui freinent l'accès à un logement pour les jeunes ?

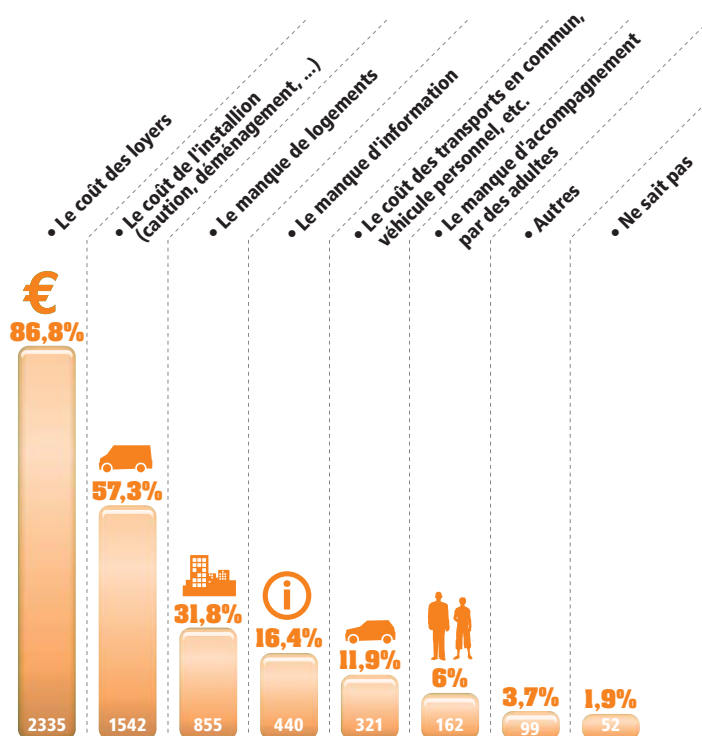
LES FREINS ET LES SOLUTIONS À L'ACCÈS À UN LOGEMENT

Une très grande majorité de jeunes pense que le coût des loyers est la principale raison pouvant freiner l'accès à un logement (86,8%). Ensuite, les autres raisons évoquées sont le coût de l'installation (caution, déménagement, achat de matériel etc...) pour 57,3% d'entre eux et le manque de logements (31,8%).

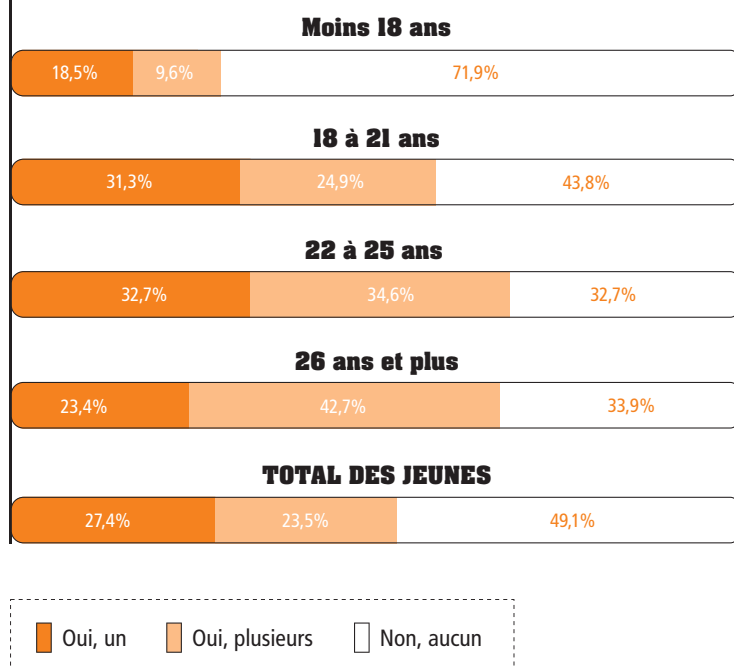
A noter que le manque d'informations n'apparaît pas comme un frein à l'accès à un logement. Seulement 16,4% l'ont évoqué (21,1% pour ceux qui recherchent un logement).

D'autre part, les solutions préconisées apparaissent multiples et variées. En résumé, même si beaucoup de jeunes ne sont pas directement concernés par une recherche de logement, ils demandent tout de même plus d'informations

sur ce sujet par des forums logement, des réunions conférences ou brochures d'informations et, ceci, tout au long de leur scolarité (réponses issues de la question ouverte liée aux sujets d'information sur le logement).



Connaissez-vous un ou des organismes qui informent sur le logement ?



LA CONNAISSANCE DES ORGANISMES D'INFORMATION SUR LE LOGEMENT

Les jeunes Bretons sont scindés en deux groupes distincts : 50% d'entre eux connaissent au moins un organisme de recherche de logement et 50% n'en connaissent aucun.

Parmi ceux qui connaissent un ou plusieurs organismes d'information sur le logement, le Crous/Clous, le réseau Information Jeunesse et les agences immobilières apparaissent comme les organismes les plus connus avec respectivement 36,6%, 36,6% et 28,8%.

Lorsque l'on s'attarde sur les jeunes en fonction de leur activité, on observe que les jeunes actifs (CDD-CDI) connaissent mieux les organismes de recherche de logement que les autres catégories.

Les scolaires (essentiellement des moins de 18 ans) connaissent peu ces structures (68,5%) notamment du fait que la recherche d'un logement n'est pas encore une de leurs priorités.

LES BESOINS D'INFORMATION EN MATIÈRE DE RECHERCHE DE LOGEMENT

Les jeunes s'estiment pas assez ou mal informés sur les questions de logement (65%). Dans le même temps, ils sont 70% à ne pas être intéressés par de l'information sur ces questions.

Lorsque l'on s'attarde sur les personnes en recherche d'information (1 jeune sur 3 dans cette enquête), le sujet sur lequel ils demandent du soutien est logiquement, en premier, les aides financières (74,3%). Ils sont ensuite près d'un sur deux à réclamer une aide en matière d'organisation pour la recherche d'un logement (48,4%) et des informations sur la législation et le bail (40,6%).

Sollicitez-vous des organismes en matière d'information sur le logement ?

	% cit.
 Non, jamais	69,4%
 Oui, une ou plusieurs fois	30,6%

LA SOLLICITATION DES ORGANISMES EN MATIÈRE DE LOGEMENT

Les jeunes sollicitent peu ce type d'organisme. Globalement, à peine un jeune sur trois en a sollicité au moins un (30,6%). Les raisons sont qu'ils ne sont pas en recherche imminente de logement puisqu'ils habitent encore chez leurs parents ou que, tout simplement, ils ne connaissent pas d'organismes.

Cependant, ce résultat est à prendre avec précaution. L'échantillon est composé principalement de jeunes étudiants et scolaires et de personnes qui habitent chez leurs parents. Ainsi, le résultat global est dominé par ces jeunes qui n'ont pas encore comme priorité la recherche d'un logement. Leur préoccupation est centrée principalement sur leurs études même si le logement reste un problème important pour les étudiants. Une étude approfondie sur ces deux types de population pourra dans l'avenir être intéressante.

Ici, on observe surtout que plus d'un jeune sur deux ayant un emploi ou en recherche d'emploi a déjà sollicité ce type d'organisme.

Parmi les jeunes ayant besoin d'information sur le logement connaissant au moins un organisme pouvant les informer sur le logement, la tendance en matière de sollicitation des lieux ressources est inversée : ils sont alors 60% à les solliciter contre 30% en général.

Ceci nous indique qu'il est effectivement important pour les organismes d'information sur le logement de mieux se faire identifier auprès des jeunes puisque lorsque ces derniers repèrent ces organismes d'informations, ils les sollicitent davantage.

Il conviendra également de s'interroger sur les 40% d'entre eux à ne pas solliciter ces organismes alors même qu'ils les connaissent et qu'ils ont besoin d'information sur le logement.

Actuellement, avez-vous besoin d'information concernant le logement ?

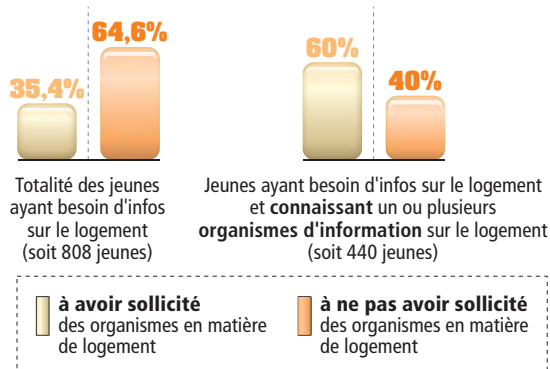
	Nb	% cit.
 Non	1882	70%
 Oui	808	30%
TOTAL	2690	100%

Si vous avez besoin d'information sur les questions de logement, sur quels sujets plus précisément ?

	Nb	% obs.
Les aides financières	600	74,3%
Comment s'organiser pour chercher un logement	391	48,4%
La législation, le bail	328	40,6%
La constitution d'un budget	249	30,8%
Comment trouver des annonces	156	19,3%

(pourcentages calculés sur la base des 808 jeunes ayant répondu "Oui" en matière de besoin d'information sur le logement)

Parmi les jeunes ayant besoin d'information en matière de logement, ils sont...



SENTIMENT D'ÊTRE INFORMÉ OU PAS

Pensez-vous être informé sur les questions de logement ?		
	Total des enquêtés (soit 2690 jeunes)	Parmi ceux ayant besoin d'information (soit 808 jeunes)
☹ Pas assez ou pas du tout	64,5%	87,3%
😊 Suffisamment	22,0%	10,9%
✗ Pas besoin de ce genre d'infos ou NSP	13,5%	1,9%

Parmi ceux disant avoir besoin d'information en matière de logement, c'est-à-dire 30% des jeunes ayant participé à cette étude, ils ne sont qu'un sur trois à avoir sollicité au moins une fois un organisme en matière de logement. Les deux autres tiers ne l'ont donc pas fait alors qu'ils en avaient besoin!

Il est ainsi fort logique de voir le nombre de jeunes se disant "pas assez ou pas du tout informés" passer de 64,5% pour la totalité d'entre eux à 87,3% pour ceux ayant besoin d'information sur le logement.

ZOOM SUR...

La recherche d'un logement apparaît à des moments précis dans les parcours scolaires, universitaires et professionnels des jeunes. C'est surtout au moment de la recherche d'un logement qu'ils vont se préoccuper de trouver des informations. Pourtant...

... la période de recherche d'un logement n'est pas forcément compatible avec une recherche d'information pratique et utile en matière de logement. Or, ces informations sont importantes pour faciliter la recherche d'un logement correspondant à leurs situations. Ainsi, il apparaît nécessaire d'informer les jeunes sur ce domaine même si ceux-ci ne sont pas en recherche effective d'un logement. (L'exemple des lycéens en terminale est "typique" : une partie d'entre eux sera en recherche d'un logement sur le lieu des études supérieures l'année qui suivra l'obtention du baccalauréat. Le fait d'être informé en amont sera un avantage indéniable : sur les organismes d'information, les différentes aides financières, la connaissance et l'importance d'une bonne gestion d'un budget, où trouver des annonces de logement, etc.).

Les jeunes Bretons mettent très largement en avant l'argent comme principal frein à l'accès au logement. De plus, pour ceux ayant besoin d'information dans ce domaine, 4 sur 10 qui pourtant connaissent un ou plusieurs organismes d'information, ne les sollicitent pas.

Ce manque de sollicitation peut provenir des jeunes eux-mêmes qui, peut-être, identifient mal les organismes logement. La focalisation sur l'unique aspect financier est susceptible de les empêcher d'explorer des solutions et réponses qui pourraient être apportées par les structures d'information. En effet, il existe des accompagnements en matière de logement (transport et mobilité, hébergement collectif et de courte durée) ainsi que des informations sur des formes d'hébergement alternatif (chez l'habitant, échanges de services, etc).

Parallèlement, il s'agira pour les professionnels de s'interroger sur les raisons qui incitent 40% des jeunes ayant besoin d'information sur le logement et connaissant des organismes ressources à ne pousser aucune porte de ces structures d'information. Ces organismes doivent aller au devant de ces jeunes en interrogeant plus précisément leurs besoins et attentes en matière de logement et d'information sur le logement. L'enjeu pour ces structures est de mieux comprendre leurs questionnements et problématiques afin de mieux y répondre.

L'EMPLOI

LES RESSOURCES FINANCIÈRES DES JEUNES BRETONS

Les deux principales ressources financières évoquées proviennent des parents (55%) et des petits boulots, travaux saisonniers (39,4%).

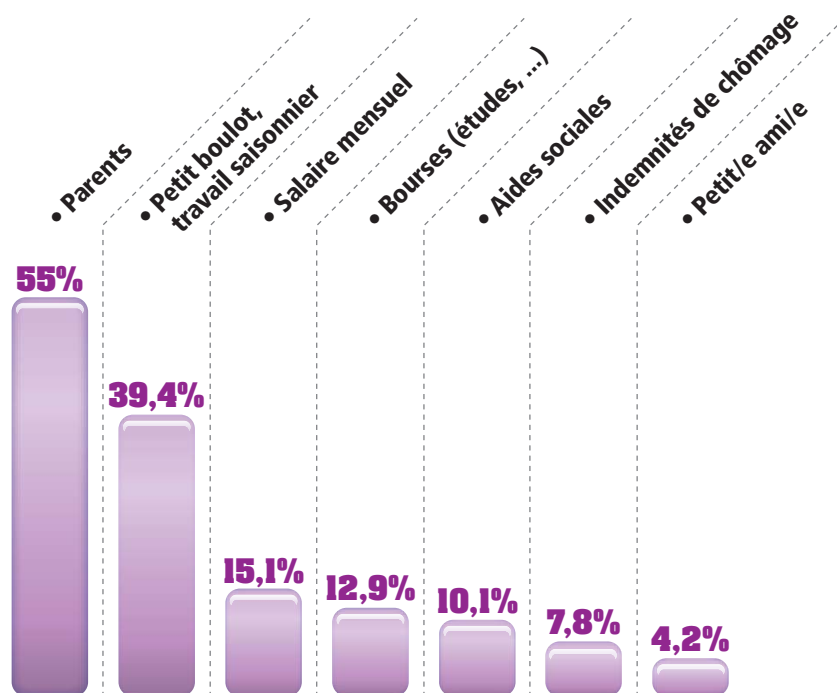
Ensuite, les aides octroyées par les bourses, les aides sociales et les indemnités de chômage sont mentionnées (respectivement 12,9%, 10,1% et 7,8%).

D'autre part, 15,1% des jeunes évoquent un salaire mensuel comme ressource financière (salariés en CDD et CDI).

Les étudiants et scolaires sont aidés surtout par leurs parents (70%). Le reste de leurs ressources est représenté par les revenus des jobs (pour 46,5% d'entre eux).

Les moins aidés par leurs parents sont les jeunes actifs en CDD et CDI (environ 15%). Les aides sociales reviennent aux demandeurs d'emploi, aux CDD et stagiaires en formation professionnelle.

Quelles sont vos 2 principales ressources financières ?



LE BUDGET DES JEUNES BRETONS

Budget en fonction de l'activité principale exercée

	Moins de 215 €	Entre 215 € et 430 €	Entre 430 € et 645 €	Entre 645 € et 860 €	Plus de 860 €	Ne sait pas
Apprenti - stagiaire FP	29,3%	15,5%	19,9%	12,9%	7,6%	14,7%
Demandeur d'emploi	20,7%	21,3%	12,5%	13,1%	11,4%	21,0%
Etudiant - scolaire	47,5%	15,2%	9,2%	1,8%	1,9%	24,4%
Salarié CDD - salarié intérim	12,7%	11,8%	18,6%	10,0%	37,1%	10,0%
Salarié CDI	7,7%	7,7%	8,4%	7,7%	55,5%	12,9%

Le budget moyen par individu est de 280 €.

Les scolaires et les étudiants ont un budget inférieur aux autres catégories puisqu'ils ne perçoivent pas de salaires mensuels.

En toute logique, une proportion importante des salariés en CDD, CDI et intérim a un budget supérieur aux autres (> 860 €).

LA CONNAISSANCE DES ORGANISMES DE RECHERCHE D'EMPLOI

Les organismes de recherche d'emploi sont assez connus du jeune public. Ils sont près d'un sur deux à en connaître deux ou plus et 36,1% à en connaître au moins un.

Parmi les connaisseurs, ils ont cité l'ANPE (75%), suivis des agences d'intérim (25%), des Missions Locales (25%) et du réseau Information Jeunesse (15%).

Logiquement, ce sont les jeunes actifs (CDD, CDI, intérimaires, demandeurs d'emploi ou stagiaires en formation professionnelle) qui sont les plus nombreux à connaître plusieurs organismes (environ 2 sur trois parmi eux). Si les scolaires et les étudiants connaissent également très majoritairement un ou plusieurs organismes d'information en matière d'emploi, la moitié d'entre eux n'en connaît qu'un seul.

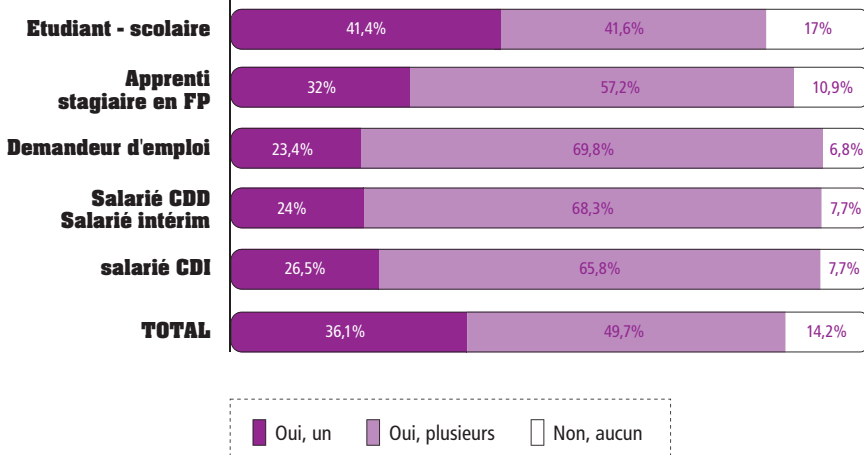
A noter tout de même que près de 7% des demandeurs d'emploi ayant répondu à cette enquête ne font référence à aucun organisme en matière d'information pour la recherche d'un travail. Ni l'ANPE, ni les Assedic, ni les Missions Locales ne représentent un soutien pour cette partie des jeunes pourtant en situation de recherche d'emploi.

LA SOLLICITATION DES ORGANISMES DE RECHERCHE D'EMPLOI

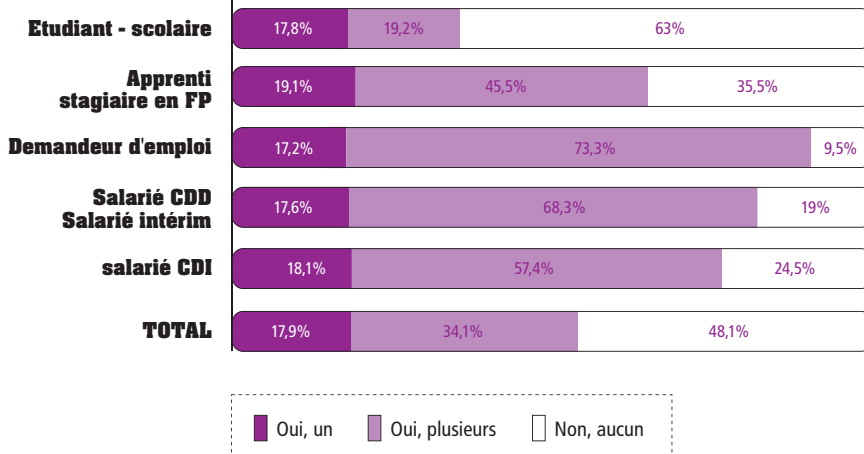
Dans les douze mois qui ont précédé cette enquête, la plus grande part des jeunes actifs, 3 sur 4 en moyenne, s'y est rendue au moins une fois pour rechercher un travail ou avoir des informations en matière d'emploi. En revanche, les scolaires/étudiants et les apprentis/stagiaires de la formation professionnelle s'y sont rendus moins souvent (respectivement 37% et 64,6%). Ils n'ont pas encore besoin de rechercher un emploi. Lorsqu'ils y vont, c'est une démarche personnelle notamment pour rechercher un job.

Une nouvelle fois, une part des jeunes en situation de recherche d'emploi exprime une rupture avec les organismes d'aide à la recherche d'emploi ou d'information en matière d'emploi. Près d'1 jeune chômeur sur 10 n'a sollicité à aucune reprise ces organismes dans les 12 mois qui ont précédé la passation de ce questionnaire.

Connaissances des organismes d'information en matière d'emploi selon l'activité principale des jeunes



Sollicitations des organismes d'information en matière d'emploi selon l'activité principale des jeunes



LES BESOINS D'INFORMATION EN MATIÈRE DE RECHERCHE D'EMPLOI ET SENTIMENT D'INFORMATION

Ce qu'il faut retenir d'important, que ce soit sur l'emploi et/ou les jobs d'été, est que seulement un jeune sur trois considère être suffisamment informé. Pourtant, la demande sur le sujet est assez soutenue puisque 50% font part d'un besoin d'informations concernant l'emploi (contre seulement 30% pour le logement et 21% pour la santé).

Avez-vous besoin d'information concernant l'emploi ?

	% cit.
 Non	49,5%
 Oui	50,5%

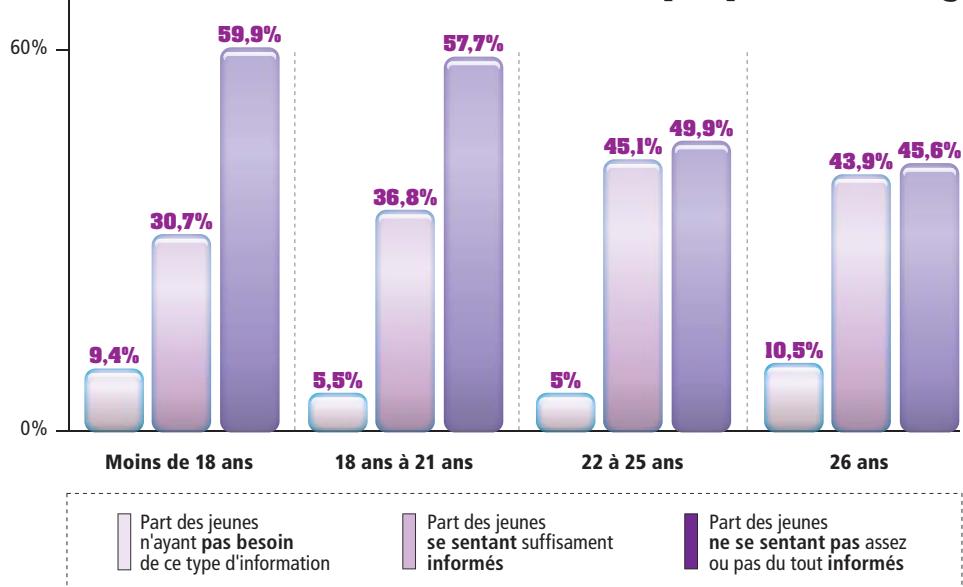
Pensez-vous être informé sur les questions de l'emploi ?

	Nb	% cit.
 Pas assez ou pas du tout	1506	56%
 Suffisamment	996	37%
 Pas besoin de ce genre d'infos ou NSP	188	7%
TOTAL	2690	100%

Contrairement à ce qui apparaît dans les résultats des questions sur le logement, les jeunes ne fréquentant pas ou peu les organismes de recherche d'emploi (étudiants et scolaires) demandent malgré tout à être informés sur le sujet. En conclusion, ce sujet a un intérêt conséquent, même pour ceux qui ne sont pas en situation de recherche d'emploi.

Toujours concernant le sentiment d'information des jeunes Bretons en matière d'emploi, celui-ci fluctue singulièrement selon leur âge. Plus les jeunes sont âgés, plus leur sentiment d'être suffisamment informés grandit ; parallèlement et logiquement, plus leur sentiment de ne pas être informés (pas assez ou pas du tout) diminue. On peut facilement penser que c'est l'expérience qui joue ici, donc en faveur des plus âgés.

Sentiment d'information en matière d'emploi par tranche d'âge



Dans le même temps, la part des jeunes n'ayant pas besoin d'information en matière d'emploi évolue peu. Celle-ci ne dépasse qu'à peine 10,5% pour les plus de 26 ans. Cette indication marque le fait que la thématique emploi reste prégnante chez les jeunes quel que soit leur âge.

Quelles sont les raisons qui freinent les jeunes à accéder à un emploi ?

	 Nombre	 %
• Le manque d'expérience	1613	60%
• Le manque de travail	1099	40,9%
• Les transports/ la mobilité	934	34,7%
• La discrimination (raciale, sexuée, physique, sociale)	655	24,3%
• La complexité des démarches	591	22%
• Le logement	315	11,7%
• Le manque d'information	295	11%
• Le manque d'accompagnement	223	8,3%
• Ne sait pas	76	2,8%
• La multiplication des dispositifs	73	2,7%
Total	2690	

LES FREINS À L'ACCÈS À UN EMPLOI

Les raisons évoquées concernant les freins d'accès à l'emploi sont le manque d'expérience (60%), le manque d'offre sur le marché du travail (40,9%), les transports et la mobilité (34,7%), la discrimination (24,3%) et la complexité des démarches pour trouver un emploi (22%).

Les salariés en CDD estiment aussi important, comme obstacle à trouver un emploi, le manque d'offre sur le marché du travail (55%) que le manque d'expérience (55%).

Pour les stagiaires en formation professionnelle, les intérimaires et les apprentis, le manque d'expérience, ainsi que les transports et la mobilité apparaissent comme les principales raisons de la difficulté à entrer dans le monde du travail (47%).

ZOOM SUR...

Les résultats de l'enquête confirment que l'emploi est une préoccupation prioritaire pour les jeunes. C'est en effet dans ce domaine - comparé au logement et à la santé - qu'ils connaissent et sollicitent le plus les organismes d'information. Pourtant, c'est également en matière d'emploi qu'ils disent avoir le plus besoin d'information. Il pourrait être intéressant de savoir si ce que les organismes d'informations proposent correspond à l'attente des jeunes en matière d'aide, de soutien ou encore d'accompagnement.

La première partie de ce rapport fait ressortir qu'une majorité de jeunes se sent mal écoutée, comprise ou encore aidée par le monde de l'entreprise. 2 sur 3 pensent également que le manque d'expérience en matière de travail est un frein pour accéder à un emploi.

Les jeunes trouvent peu de retours positifs de la part du monde du travail. Les structures d'information liées à l'emploi peuvent jouer un rôle de passerelle et de lieu de communication entre le monde du travail et les jeunes. Des espaces et moments où employeurs et jeunes peuvent échanger pourraient être créés afin de briser les représentations des uns et des autres. Il pourrait par exemple être mis en avant la parole des jeunes en matière d'emploi : leur regard et leur vision du monde du travail mais aussi les témoignages et expériences de certains d'entre eux favoriseraient une meilleure "interconnaissance".

LA SANTÉ

Parmi ces professionnels de la santé, lequel(s) êtes-vous allé(s) voir ces 12 derniers mois ?

	Nombre	%
• Médecin généraliste	2372	88,2%
• Dentiste	1462	54,3%
• Gynécologue	643	23,9%
• Dermatologue	378	14,1%
• autres	254	9,4%
• Esthéticien	207	7,7%
• Psychologue ou psychiatre	202	7,5%
• Ne sait pas	111	4,1%
• Diététicien ou nutritionniste	86	3,2%
Total	2690	

LES PROFESSIONNELLS DE LA SANTÉ RENCONTRÉS CES 12 DERNIERS MOIS

Les professionnels de santé les plus consultés en douze mois sont les médecins généralistes (88,2%), les dentistes (54,3%), les gynécologues (38,6% des filles).

Mais la fréquentation des gynécologues pour les filles est très disparate selon leur âge : seulement 17,8% des moins de 18 ans (dans cette enquête, âgées de 16 à 18 ans) ont vu un gynécologue ces douze derniers mois, 42,9% des 18-21 ans, 51,6% des 22-25 ans et 60,7% des 26 ans et plus.

Globalement, on observe que les jeunes scolarisés vont davantage chez le dentiste que les jeunes actifs (respectivement 63,3% et 42,1%).

Autre fait observé : la forte proportion de jeunes à être allé voir un psychologue ou un psychiatre (7,5%). Ce chiffre est assez significatif et à mettre en parallèle avec l'étude menée par l'ORS Bretagne sur la santé des étudiants en Bretagne en 2006. Cette dernière conclut sur une réelle souffrance psychique de cette catégorie de jeunes.

LA CONNAISSANCE DES ORGANISMES DE SANTÉ

Concernant la santé, 57,5% des jeunes interrogés disent connaître un ou plusieurs organismes.

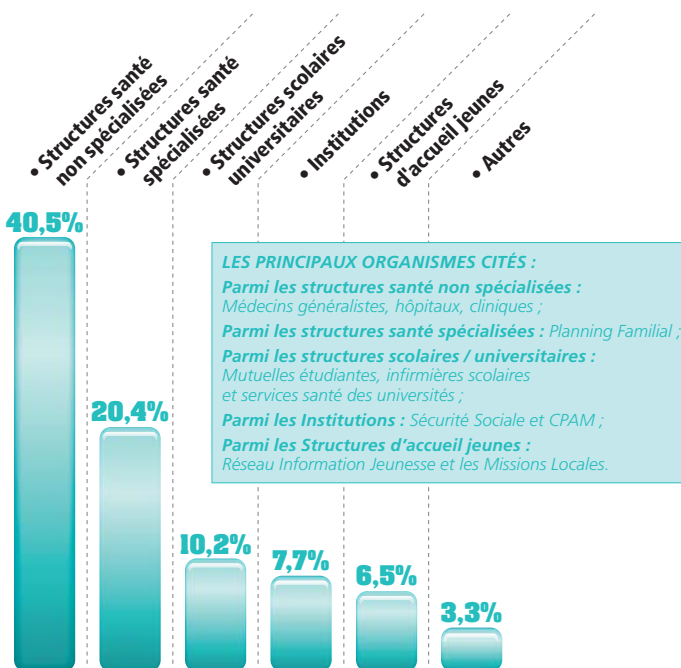
Les organismes les plus cités sont des structures de santé non spécialisées (40,5% dont 15,7% pour les médecins généralistes et 10,7% pour les hôpitaux et cliniques) et spécialisées (20,4%, dont 19,2% pour le Planning Familial). Ensuite, ce sont les structures universitaires et scolaires (10,2%) qui sont énoncées.

Connaissez-vous des organismes qui peuvent vous informer sur la santé ?

	Nb	% cit.
☹ Non, aucun	1143	42,5%
😊 Oui, un	836	31,1%
😊 Oui, plusieurs	711	26,4%
TOTAL	2690	100%

Type de structures fréquentées ces douze derniers mois

(au moment de la passation de l'enquête)



Les seules différences significatives montrent que les jeunes actifs visitent davantage les structures non spécialisées et les étudiants visitent davantage les structures universitaires puisqu'ils sont soumis à des visites obligatoires.

Cependant, compte tenu du sujet important que représente la santé, même si un certain nombre de jeunes connaissent ces structures, il est important de noter qu'ils sont malgré tout 42,5% à n'en connaître aucune.

A ce propos, cette méconnaissance des structures de santé semble s'accroître pour des populations en situation précaire, notamment les demandeurs d'emploi, les salariés intérimaires et les apprentis. Ce chiffre pourrait s'avérer révélateur de l'effort à produire vers ces catégories sorties du milieu scolaire et universitaire. Une étude plus approfondie auprès de ces populations pourra être envisagée dans l'avenir afin de détecter les besoins dans ce domaine.

LA SOLLICITATION DES ORGANISMES DE SANTÉ

Un jeune sur trois a réalisé une visite dans un ou plusieurs organismes de santé lors des douze derniers mois précédant l'enquête. Peu de jeunes fréquentent ce type d'organismes en se justifiant d'être peu malade ou de ne pas en avoir besoin. La prévention n'est pas une priorité, l'information sur la santé est liée pour eux à la maladie. La question des coûts et des remboursements liés à la santé peut également être un frein à la sollicitation de certains professionnels de la santé.

Sollicitez-vous des organismes en matière d'information sur la santé ?

	% obs.
 Non	58,3%
 Oui	41,7%

LES BESOINS D'INFORMATION EN MATIÈRE DE SANTÉ

Contrairement aux autres sujets, les mesures d'information sur la santé sont jugées satisfaisantes par 53,2% des jeunes (22% pour le logement et 38% pour l'emploi).

Cependant, il reste tout de même 39,7% qui se jugent insuffisamment informés.

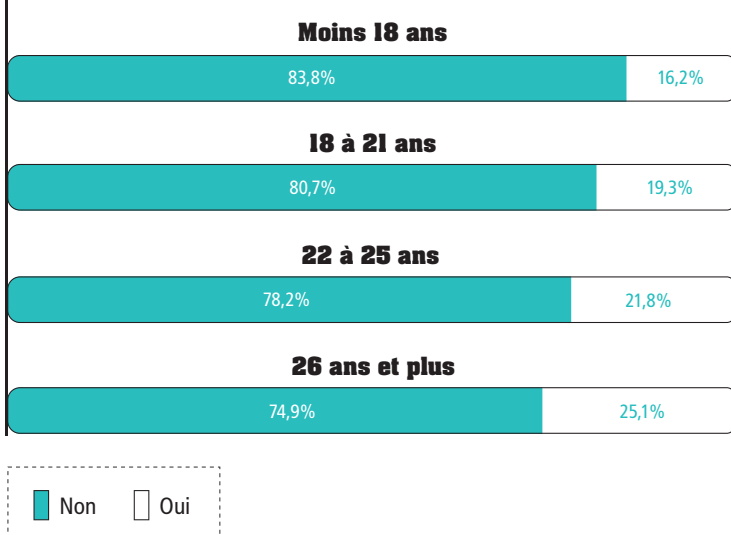
Pourtant les besoins d'informations sont faibles :

80% des jeunes enquêtés en général disent ne pas avoir besoin d'information en matière de santé.

Pensez-vous être informé sur les questions de santé ?

	Nb	% cit.
 Suffisamment	1430	53,2%
 Pas assez ou pas du tout	1067	39,7%
 Pas besoin de ce genre d'infos ou NSP	193	7,2%
TOTAL	2690	100%

Avez-vous besoin d'information en matière de santé ?

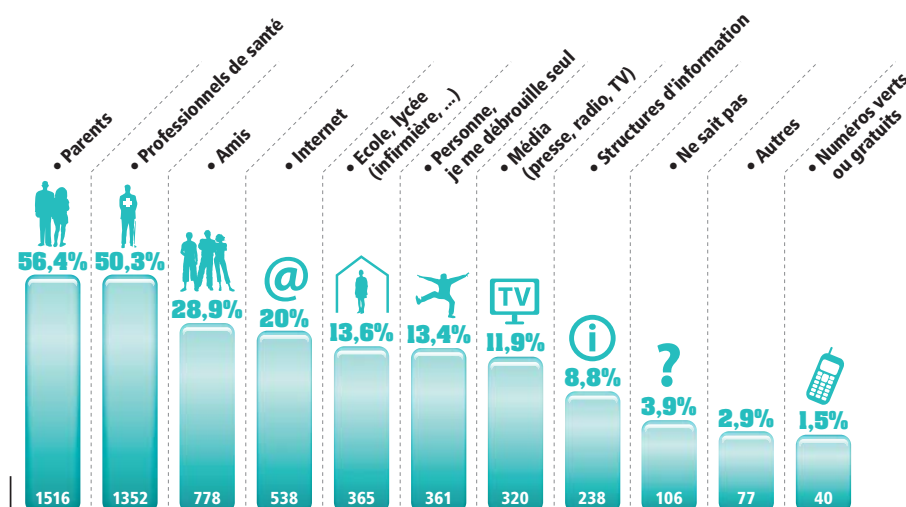


Ce chiffre passe de 83,8% pour les moins de 18 ans à 74,9% pour les plus de 26 ans : le besoin d'information en matière de santé augmente significativement avec l'âge.

Parmi les personnes souhaitant de l'information (c'est-à-dire 19,5%), les sujets prioritaires énoncés sont le sida et le VIH, le cancer ainsi que les maladies sexuellement transmissibles puis les formalités administratives (mutuelle, prise en charge, Sécurité Sociale). De plus, les personnes souhaitant des informations sur les formalités administratives sont pour la plupart des salariés.

LES RÉFÉRENTS EN MATIÈRE DE SANTÉ

Auprès de qui vous adressez-vous en priorité pour votre recherche d'information ?



Nous avons constaté précédemment que les jeunes n'avaient pas ou peu besoin d'informations en matière de santé (80%). Ce fait marquant est justifié par le choix du référent pour les jeunes lorsqu'il s'agit de discuter ou parler de sa santé.

En effet, les jeunes désignent leurs parents à 56,4% comme personnes à qui ils s'adressent pour obtenir des informations en matière de santé.

Ensuite, ce sont les professionnels de santé qui arrivent en deuxième position avec 50,3%

On observe également deux phénomènes intéressants : près d'un jeune sur trois demande des conseils à ses amis proches et un jeune sur cinq se sert d'Internet pour chercher de l'information notamment chez les salariés.

Ensuite, selon les activités exercées par les jeunes au moment de l'enquête, on observe des différences significatives. Les populations encore scolarisées ou en formation (scolaires/étudiants et apprentis/ stagiaires de la Formation Professionnelle) font beaucoup appel à leurs parents (respectivement 64,1% et 54,5%) tandis que les populations actives se tournent davantage vers les professionnels de santé (priorité numéro 1 pour chacun d'entre eux).

Enfin, on observe qu'une proportion importante d'intérimaires et de demandeurs d'emploi se débrouille seule pour rechercher de l'information en matière de santé. Ces derniers ont sûrement moins de facilité à se rendre chez des professionnels de santé (problèmes financiers, mutuelle moins accessible, etc).

Etudiant - Scolaire

	Nb	% obs.
Parents	1163	64,1%
Professionnels de santé	847	46,7%
Amis	575	31,7%

Apprenti ou stagiaire de la Formation professionnelle

	Nb	% obs.
Parents	186	54,5%
Professionnels de santé	183	53,7%
Amis	80	23,5%

Demandeur d'emploi

	Nb	% obs.
Professionnels de santé	210	57,2%
Parents	152	41,4%
Amis	94	25,6%

Salarié CDD - intérimaire

	Nb	% obs.
Professionnels de santé	132	59,7%
Parents	77	34,8%
Amis	52	23,5%

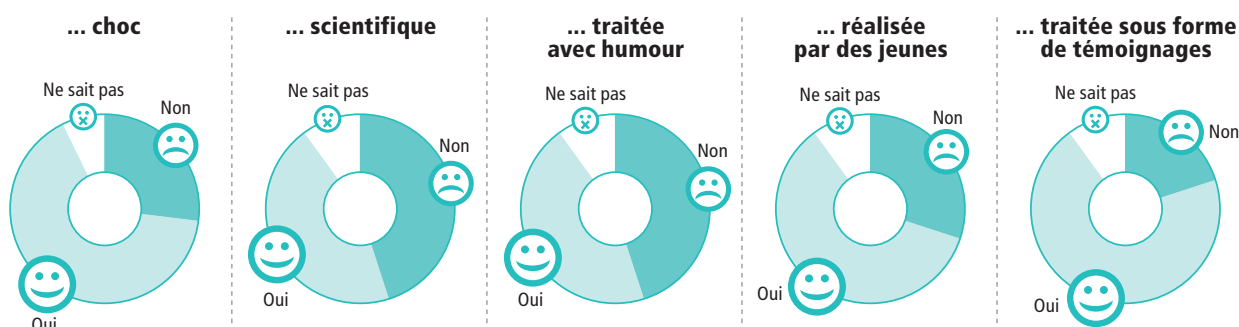
Salarié CDI

	Nb	% obs.
Professionnels de santé	90	58,1%
Parents	58	37,4%
Internet	41	26,5%

LES MODES D'INFORMATION SOUHAITÉS EN MATIÈRE DE SANTÉ

D'après les personnes interrogées, il ressort qu'une campagne d'information et de prévention sur la santé devrait être traitée sous forme de témoignages (77%). Ces témoignages devraient être « chocs » (65,1 %) et devraient être réalisés par des jeunes (58,5%). L'humour et le caractère scientifique pour une campagne d'information et de prévention sur la santé ne sont perçus positivement que par respectivement 45,9% et 42% des jeunes.

D'après vous, une campagne d'information et de prévention sur la santé doit-être...

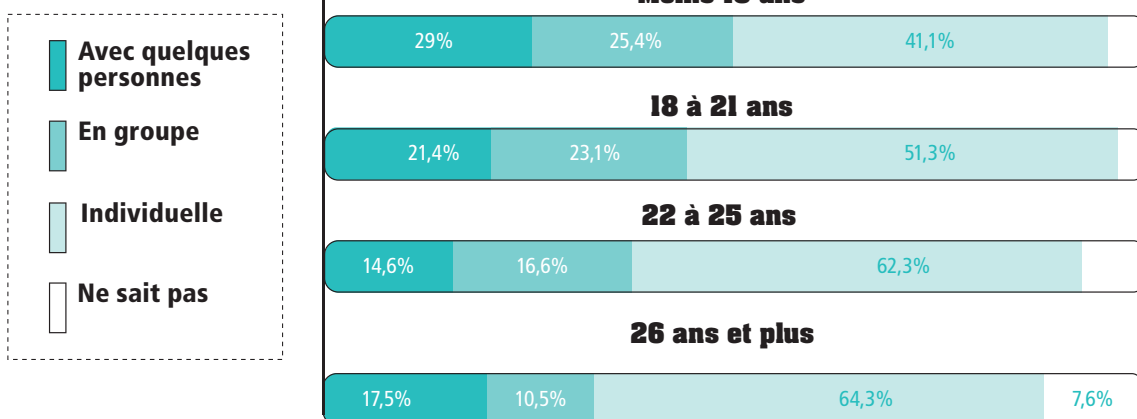


L'information santé que vous souhaitez recevoir serait plutôt ?

	Nb	% cit.
individuelle	1380	51,3%
Avec quelques personnes	591	22%
En groupe	581	21,6%
Ne sait pas	138	5,1%
TOTAL	2690	100%

La majorité des jeunes interrogés préfèrent recevoir les informations sur la santé de manière individuelle. Cependant, selon les tranches d'âge on observe que ce sont surtout les plus âgés qui souhaitent recevoir l'information sur la santé de manière individuelle (64,3% pour les plus de 26 ans) alors que les moins de 18 ans ne sont que 41,1% à la souhaiter ainsi. Ces derniers sont en

L'information que vous souhaitez recevoir serait plutôt



effet 54,4% à préférer recevoir une information sur la santé en compagnie d'autres personnes.

Pour mener une campagne d'information et de prévention sur la santé, c'est, pour une très grande majorité des jeunes, le mode télévisuel le plus adapté : ils sont 2 sur 3 à le penser. Ensuite, ils préfèrent des supports écrits tels que les magazines et journaux (pour 29,3% d'entre eux) ainsi que les panneaux publicitaires (26,8%).

D'après vous, quel(s) est (sont) le(s) support(s) le(s) plus adapté(s) pour une campagne d'information et de prévention sur la santé ?

	 Nombre	 %
• La télévision	1751	65,1%
• Les magazines et journaux	787	29,3%
• Les panneaux publicitaires	720	26,8%
• Internet	423	15,7%
• La radio	360	13,4%
• Ne sait pas	263	9,8%
• Les SMS et MMS	213	7,9%
• Tracts - Flyers	133	4,9%
Total	2690	

ZOOM SUR...

C'est dans le domaine de la santé que les jeunes considèrent avoir le moins besoin d'information et se considèrent assez informés.

Même si les jeunes ne considèrent pas avoir besoin d'information dans le domaine de la santé, les besoins réels existent malgré tout ... même peut-être davantage. Le défaut d'information dans le domaine de la santé peut avoir des conséquences et des répercussions notables voir primordiales pour les jeunes.

Seulement 1 jeune sur 20 pense que les tracts et flyers sont des supports adaptés pour réaliser une campagne d'information et de prévention sur la santé. Dans le même temps, ils sont 2 sur 3 à penser que le support de la télévision est le plus adapté.

Pour les informer en matière de santé, il convient de tenir compte de la manière dont ils préconisent de le faire (campagne choc, sous forme de témoignages et réalisée par des jeunes, plutôt de manière individuelle ou en petit groupe). Les tracts et flyers, pourtant régulièrement utilisés par de nombreux organismes, leur parlent peu. Inversement, la télévision est, d'après 2 jeunes sur 3, le support le plus adapté à ce type de campagne. Il sera intéressant de préciser cette réponse notamment en travaillant sur le support vidéo, sous toutes ces formes, pour informer dans le domaine de la santé.

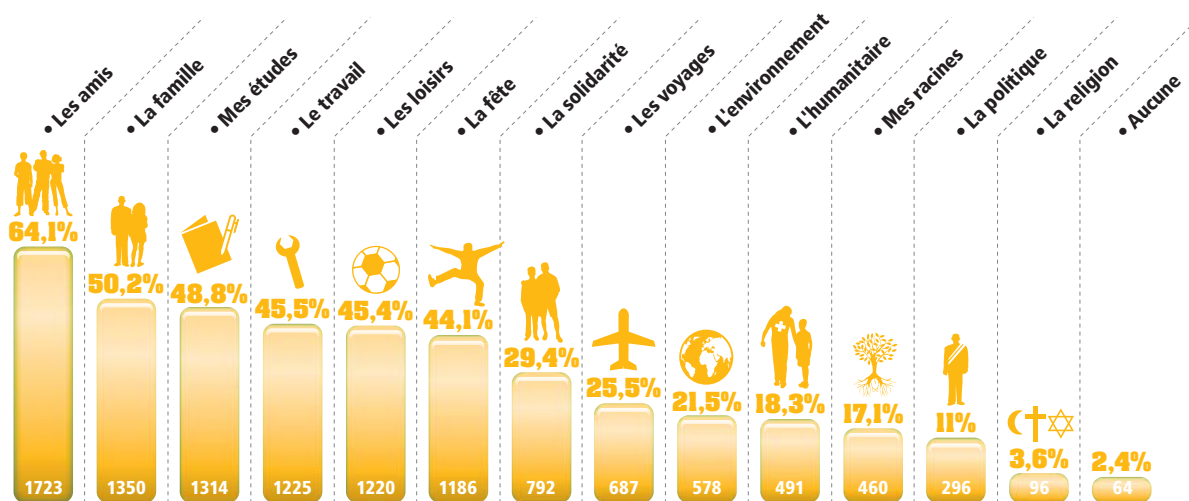
LES JEUNES BRETONS ET LEUR ENGAGEMENT

LES CAUSES ET LES MANIÈRES DE SE MOBILISER

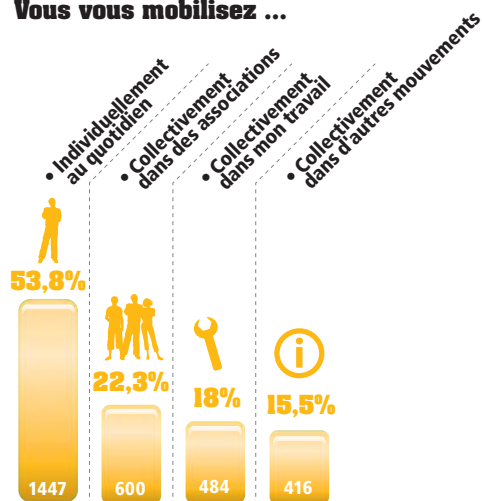
Les jeunes se mobilisent pour des sujets assez variés. L'amitié apparaît comme l'élément le plus important pour les jeunes Bretons. Ensuite, la famille, les études, le travail, les loisirs et la fête sont les causes les plus régulièrement citées (environ 50%). Ce sont des préoccupations de la vie quotidienne des jeunes qui se construisent pour s'intégrer du mieux possible dans la société. Ils veulent assurer leur avenir en trouvant un travail qui leur permette de fonder une famille, d'avoir du temps de loisir, notamment pour passer du temps avec leurs ami(e)s. Ce sont donc surtout des mobilisations individuelles au quotidien (53,8%).

(Voir tableau suivant page 35)

Pour quelle(s) cause(s) vous mobilisez-vous ?



Vous vous mobilisez ...

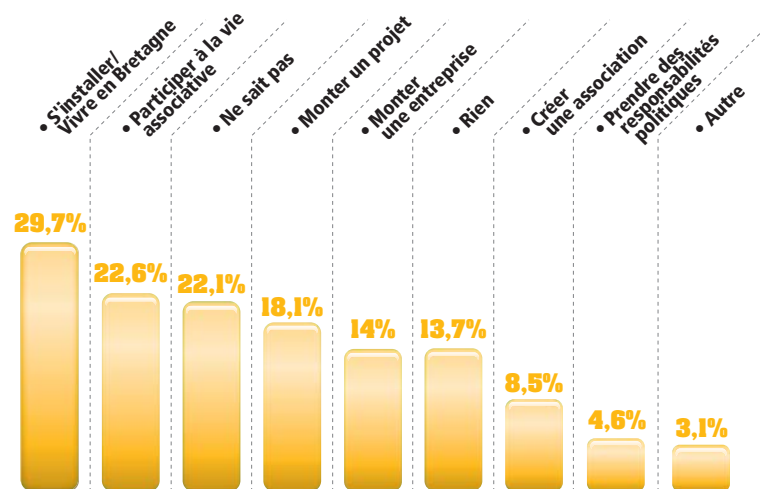


D'autre part, on observe toujours un désintérêt des jeunes pour la politique puisque seulement 11% citent ce sujet comme cause mobilisatrice.

Pris à part, les jeunes salariés et demandeurs d'emploi se mobilisent davantage pour le travail que pour les études et/ou la fête avec leurs amis (environ 30%) puisqu'ils sont sortis du système éducatif et ont moins de temps à consacrer à leurs amis.

Inversement, les étudiants et les scolaires (60%) se préoccupent autant de leurs amis que de leurs études. La fête est également une cause très mobilisatrice (50%).

En Bretagne, avez-vous envie de faire quelque chose ?



L'AVENIR DES JEUNES EN BRETAGNE

"Vivre et/ou s'installer en Bretagne" est la préoccupation, l'envie principale des jeunes (29,7%). Près d'un jeune sur trois est très attaché à sa région d'origine. Seulement 1 jeune sur 7 admettait au moment de l'enquête n'avoir envie de rien faire en Bretagne.

Même s'ils sont un peu plus d'1 jeune sur 5 à ne pas savoir ce qu'ils ont envie de faire, ils sont près d'un tiers à souhaiter participer à la vie associative (22,6%) ou même créer une association en Bretagne (8,5%).

Enfin, et cela est très important pour le développement économique de la Bretagne, c'est la volonté de près d'un jeune sur trois de monter un projet (18,1%) ou une entreprise (14%).

ZOOM SUR...

Les jeunes s'intéressent en premier lieu aux amis et à la famille, ensuite viennent les études et le travail ainsi que les loisirs et la fête.

Si les jeunes Bretons montrent leur attachement aux loisirs et au désir de faire la fête, ils mettent avant ceux-ci des éléments essentiels tels que les proches et leur entrée dans la société à travers le travail.

Peu de jeunes Bretons déclarent ne vouloir "rien faire en Bretagne". En effet, 1 sur 7 désire créer son entreprise et près d'1 sur 3 souhaite participer à la vie associative et/ou créer une association.

Les jeunes montrent encore ici leur dynamisme et leur envie d'agir dans la société, d'être acteurs de cette société. Ces éléments vont à l'encontre de certaines représentations stigmatisantes (exemple : le seul désir des jeunes est de "faire la fête").

Ces éléments doivent être pris en compte dans nos réflexions et projets mis en place avec et pour les jeunes.



REGARD DE GECE GROUPE D'ÉTUDE CULTURO- ÉCONOMIQUE

L'association GECE est née en juin 2005 par l'intermédiaire d'étudiants, soucieux d'apporter leur savoir-faire d'ingénierie économique et statistique dans les domaines de la culture, de la jeunesse et du sport. Cette initiative est partie du constat de la quasi absence d'outils statistiques d'observation et d'évaluation dans ces domaines. Son activité va donc de l'étude d'événements culturels et sportifs, à la demande d'organiseurs et/ou de partenaires des ces événements, jusqu'à l'analyse et l'interprétation d'enquêtes réalisées sur les comportements, besoins des jeunes dans différents domaines.

Différents travaux déjà réalisés par GECE, notamment pour les organisateurs de festivals (Les Vieilles Charrues à Carhaix, Les Trans-Musicales à Rennes, Quartiers d'été à Rennes, la DDJS, etc) ont décidé le CRIJ Bretagne de faire appel à notre savoir-faire.

L'association GECE, "Groupe d'étude culturo-économique", a été missionnée pour créer des outils statistiques présentant les principaux résultats de l'enquête.

La création de ces outils s'est déroulée en plusieurs étapes. Après une vérification des données (données manquantes, recodification des réponses, mises en classes, etc), la base a fait l'objet d'une analyse descriptive. Celle-ci consistait à déceler, par des tris à plat, des tris croisés et/ou des régressions multiples, les résultats les plus significatifs de l'échantillon. Enfin, une fois ces résultats rassemblés, une synthèse statistique, la plus simple possible afin qu'elle soit accessible et comprise par tous, a été rédigée. La richesse de cette enquête, par les thèmes abordés ainsi que par le nombre de répondants, et les résultats de notre travail ont également permis la création d'une nouvelle base de données utilisable par le réseau IJ. Ainsi, existe un outil statistique permettant aux acteurs de ce réseau d'approfondir leur connaissance des différents thèmes abordés.

Notre travail de synthèse a donc permis aux animateurs du réseau IJ de se réunir et d'engager une réflexion commune sur les jeunes et leurs stratégies d'information.

Ce rapport d'enquête est ainsi le résultat final d'un processus d'observation engagé depuis plus d'un an.

De notre point de vue, les grands thèmes en matière de recherche d'informations des jeunes Bretons ont été abordés. Les résultats sont très intéressants. Ils permettront à tous les acteurs régionaux liés à ce secteur d'avoir à disposition un bilan de l'impact des politiques d'informations engagées auprès des jeunes depuis des années.

La poursuite de ce processus d'observation est primordiale pour l'avenir. D'autres études doivent être mises en place dans l'avenir sur des sujets précis et sur des populations définies au préalable. Elles permettront d'apporter des outils d'analyses indispensables pour répondre du mieux possible aux attentes et aux besoins des jeunes. L'association GECE s'est toujours positionnée auprès des acteurs socioculturels pour les encourager et les accompagner dans cette démarche d'observation et d'évaluation.

Ces études doivent être réalisées par des groupes de travail composés de professionnels des structures et accompagnés par des organismes spécialisés dans les études statistiques tout au long du processus pour produire des études les plus satisfaisantes possibles.

Olivier ALLOUARD

Directeur en charge des études statistiques et économiques
Association GECE

Tél. : 06 74 30 79 71
www.gece.fr
gece.asso@hotmail.fr



PERSPECTIVES

PAR CHRISTOPHE MOREAU,

sociologue à JEUDEVJ, chercheur au LARES/Université Rennes 2

Le réseau Information Jeunesse Bretagne nous propose aujourd'hui les résultats d'une enquête réalisée auprès de 2 800 jeunes, dans la région, à l'automne 2006. Il importe de regarder soigneusement ce que nous enseignent ces informations. Mais il importe tout autant de lire derrière les chiffres pour donner du sens à cette démarche. Et l'enjeu sera, désormais, de faire partager ces réflexions pour faire progresser encore la professionnalité du réseau IJ, mais aussi de mobiliser les pouvoirs publics et les responsables politiques dans une prise en compte territoriale de la jeunesse.

Derrière les chiffres, on trouve un réseau de professionnels en quête de connaissance sur la jeunesse, ayant la volonté de contribuer au "diagnostic sur la situation régionale"; un réseau qui s'interroge sur l'évolution de l'information, des nouveaux médias, et des relations entre les générations. On trouve d'ailleurs dans ce réseau (15 sites se sont mobilisés sur cette enquête) une diversité d'âges et de points de vue : des jeunes professionnels, bien sûr, qui exercent un travail de relation, de documentation, de publication... mais aussi des personnes qui disposent de 20 à 30 ans d'expérience dans l'information et l'animation. Diversité de points de vue aussi parce que se confrontent des échelles géographiques différentes, qui vont de la commune à l'intercommunalité, jusqu'à pour certains une échelle départementale, et où les quatre départements sont fortement représentés. Diversité de points de vue qui s'affirme également par l'ancrage institutionnel et une capacité surprenante à mobiliser les réseaux de professionnels de la jeunesse : en quelques semaines seront mobilisés autour de l'Information Jeunesse, des Missions Locales, des lycées, des Foyers de jeunes travailleurs, des structures d'animation... On peut penser que cette mobilisation collective, qui aura montré la vivacité des liens entre ces structures et nos jeunes concitoyens, permet de préfigurer une "observation intelligente de la jeunesse bretonne" et trouvera à se renouveler et peut-être à se pérenniser.



Pour ce qui est des résultats, l'échantillon est sérieusement diversifié, puisqu'il concerne à la fois du public et du "non public" de l'Information Jeunesse, trois classes d'âge parmi les 16-25 ans, à la fois des garçons et des filles, des scolaires - étudiants et des actifs et demandeurs d'emploi, des niveaux de diplômes différents, etc., et qu'il concerne plus directement 10 pays bretons (avec des effectifs allant de 85 à 467 jeunes interrogés, les autres pays étant moins représentés). Il faut noter que cette population doit particulièrement retenir notre attention, parce qu'elle est moins diplômée que la moyenne régionale : 27% de sans diplôme, 20% de niveau CAP-BEP. Ceci est notamment vrai pour les demandeurs d'emploi,

les apprentis et les stagiaires, et les lycéens, pour qui les institutions d'information et d'insertion doivent maintenir ou renforcer leur intervention.

Les données montrent que le soutien parental est une réalité pour cette population (puisque 60% des jeunes s'adressent en priorité à leurs parents pour trouver une information), et donc que la situation est d'autant plus délicate pour ceux qui sont privés de ce soutien ; rappelons que dans les publics des Missions Locales, à titre d'exemple, on trouve, selon les enquêtes, entre un quart et un tiers de jeunes en rupture familiale. La situation est sans doute moins prégnante mais tout aussi réelle pour la jeunesse étudiante.

Si un tiers des jeunes s'adresse prioritairement aux structures d'information, on note qu'un jeune sur quatre aujourd'hui déclare se débrouiller seul, qu'un jeune sur deux s'adresse à ses amis, et que 52% s'informent sur internet.

Ceci confirme ce que l'on appelle fréquemment le fossé générationnel. Pour autant, ce "système D" développé par les jeunes n'est sans doute pas un choix, puisque leurs principales motivations pour choisir leurs interlocuteurs sont la qualité d'écoute, la confiance, la fiabilité de l'information disponible. Il est frappant de constater que les internautes cherchent, en grande partie, à vérifier leurs informations auprès de personnes physiques, et que la relation d'écoute, ou plus, la relation éducative, demeurent une nécessité impérieuse ; à l'image des numéros verts qui subissent dans ces chiffres un échec cuisant (1,5% des jeunes y ont recours prioritairement), aucune solution technique de la société de l'information ne pourra remplacer le dialogue, le face à face, la construction de soi par l'échange social et le regard de l'autre.

Notons d'ailleurs que cette relation d'écoute est plus demandée à mesure que les personnes avancent dans l'âge et s'éloignent de leurs parents, et que donc la relation éducative en direction des 20-25 ans est une nécessité aujourd'hui que l'on ne connaissait pas naguère. 63% des jeunes se rendent dans un lieu d'information pour trouver une personne qui conseille, pour 23% qui recherchent un accès internet...

Dans ce registre, on note que les taux d'écoute sont importants dans la relation aux parents, aux professionnels de la jeunesse, et aux professionnels en milieu scolaire.

Inversement, la relation d'écoute avec le monde de l'entreprise est jugée plutôt négativement : seulement 38% des jeunes se sentent écoutés dans le monde professionnel, 51% pensent que le monde professionnel ne se sent pas concerné

par les préoccupations des jeunes, et qu'il n'apporte aucune aide (43%). Ceci est d'autant plus prégnant chez les salariés (les deux tiers des salariés ont ce sentiment négatif).

De même, la relation avec les élus locaux est peu satisfaisante du point de vue des jeunes : 20% n'en connaissent aucun, et entre 50 et 60% des jeunes jugent l'écoute, la compréhension et le soutien très peu à l'avantage des élus. Une des conclusions majeures de cette enquête est qu'il faut se mobiliser localement pour comprendre et résorber cet écart, qui est dommageable, d'une part, à la vie publique et citoyenne dans nos communes et, d'autre part, du point de vue de la créativité économique et de l'insertion professionnelle de nos jeunes concitoyens.

On regardera avec attention les données qui concernent le temps de la recherche et de l'information, les lieux fréquentés, et la satisfaction générale envers les services d'information. Pour cette première préfiguration d'observatoire sur les stratégies d'information des jeunes, ce sont les thématiques de la santé, du logement et de l'emploi qui avaient été retenues. Il en ressort que les organismes liés à l'emploi sont les plus connus par les jeunes : près de 9 sur 10 ont connaissance d'au moins un organisme pouvant les informer dans le domaine de l'emploi. Cependant, ils disent manquer d'information à ce sujet, même si 47% des jeunes connaissent le monde du travail (ils tirent en effet leurs ressources de travail saisonnier à 39%, et d'indemnité chômage à 8%).

C'est dans le domaine de la santé que les jeunes se considèrent le mieux informés et c'est donc fort logiquement en matière de santé qu'ils disent avoir le moins besoin d'information. En matière de logement, la part des jeunes se sentant assez informé est faible (seulement 22,6%) comparé aux autres sujets abordés, et c'est en matière de logement que les jeunes identifient le moins d'organismes pour les informer.

Tous ces aspects techniques sont développés dans les résultats, et sont un support pertinent pour faire progresser la qualité d'information dans le réseau IJ, notamment parce que l'enquête faisait place aux propositions des jeunes sur les modes d'information souhaités, sur les freins et les propositions pour "accéder à". Ils permettent également de proposer ou de confirmer un état des lieux pertinent à l'échelle de pays ou de départements, qui pourraient faciliter le dialogue entre les acteurs locaux et l'amélioration des services en direction des jeunes.

Enfin, cette enquête s'intéressait à l'engagement des jeunes, qui existe de façon indéniable, mais sous des formes difficilement perceptibles ; les institutions classiques tels que syndicats et partis politiques attirent moins de 5% des jeunes aujourd'hui. Pourtant, l'engagement associatif est encore fort, et concerne, dans cette enquête, 22% des jeunes, avec des taux plus importants en milieu rural. Si les jeunes se mobilisent pour leurs amis (64%) et leur famille (50%), ce qui est la base de la socialité, ils se mobilisent aussi pour leurs études (49%) et le travail (46%).

Une majorité souhaite agir en Bretagne en s'y installant pour vivre (30%), en participant à la vie associative (23%), en montant un projet (18%) une entreprise (14%), ou en créant une association (8,5%) ; 5% souhaitent prendre des responsabilités politiques, et seulement 14% ne rien faire. Les priorités énoncées spontanément par les jeunes en Bretagne concernent le soutien financier ou logistique (42%), la nécessité d'être écoutés et en dialogue avec les autres adultes (28%), la convivialité (14%) et les espaces de rencontre (14%), le développement de l'information en direction des jeunes (11%). Accompagner cet engagement me paraît indispensable aujourd'hui pour plusieurs raisons :

tout d'abord le fameux allongement de la jeunesse, qui fait que l'on attend de plus en plus longtemps avant d'acquérir des responsabilités sociales, alors que l'on est physiquement et socialement apte.

Ensuite, parce qu'en dehors de la famille il existe un fossé grandissant entre les générations : concentration des jeunes dans les pôles urbains et repli générationnel, appauvrissement croissant, déficit de transmission symbolique (quelles valeurs, quel projet de société?), difficulté à agréger les jeunes adultes à la cité, tensions sur les espaces publics.

Troisièmement, il existe un renforcement de l'entre soi juvénile, et de la quête de soi, parce que la socialisation ne passe plus par des rôles prescrits sur des chemins déjà tracés, mais par ce que l'on appelle une singularisation, une création de soi dans un contexte de déficit de cadres collectifs.

Or, nos travaux montrent que les jeunes cherchent à échanger, à négocier leur identité mais qu'en face il n'y a pas grand monde, pas de résistance bienveillante qui aiderait à se trouver. Nous pensons que la tendance actuelle au "repli corporel", qui se manifeste par les conduites de vertige, la recherche d'ivresse, les souffrances psychiques, ou encore les grossesses précoces, ne sont qu'une compensation de ce déficit de place sociale que subissent les jeunes. Et cela touche particulièrement notre région.

Enfin, l'idéal de la transformation sociale, cher à l'éducation populaire, a besoin du rêve et de la vivacité des nouvelles générations pour perdurer. Le renouvellement des administrateurs et des forces vives de nos associations est un enjeu majeur. Une partie des jeunes (disons entre 10 et 25%) porte la critique la plus acerbe contre l'hyperconsommation, les inégalités, la

dégradation de l'environnement, la "télécratie". Comment expliquer qu'ils s'engagent principalement à titre individuel, ou dans de multiples projets qui se développent souvent à côté des mouvements associatifs ou du politique? On doit envisager un apprentissage réciproque pour savoir apprendre d'eux et en même temps leur transmettre une partie de nos valeurs, et de nos moyens.

Pour saluer l'engagement et la pertinence du réseau Information Jeunesse Bretagne sur ces questions, il conviendrait d'organiser localement des rencontres autour de ces résultats, et d'accompagner les futurs responsables municipaux vers la prise en compte des jeunes de leur territoire, et donc de l'avenir de leur cité.



CENTRE, BUREAUX (BIJ) & POINTS (PIJ) INFORMATION JEUNESSE en BRETAGNE (avril 2008)

COTES D'ARMOR

BELLE ISLE EN TERRE
PIJ 02 96 43 31 07

BROONS
PIJ 02 96 84 73 36

CHATELAUDREN
PIJ 02 96 79 77 89

GUINGAMP
PIJ 02 96 40 17 30

LAMBALLE
PIJ 02 96 50 87 90

LANNION
PIJ 02 96 46 76 86

LANVOLLON
PIJ 02 96 70 17 04
06 83 14 21 09 (anim.)

LOUDEAC
PIJ 02 96 66 09 09

PERROS GUIREC
PIJ 02 96 49 80 00

PLERIN
PIJ 02 96 74 68 51

PLESTIN-LES-GREVES
PIJ 02 96 54 11 10

PLOEUC-SUR-LIE
PIJ 02 96 64 29 10

PLOUARET
PIJ 02 96 38 33 39

PLOUFRAGAN
PIJ 02 96 76 05 01

SAINT-BRIEUC
BIJ 02 96 68 15 68

TREGUEUX
PIJ 02 96 71 36 12/17

TREGUIER
PIJ 02 96 92 97 60

FINISTERE

BREST
BIJ 02 98 43 01 08

BRIEC DE L'ODET
PIJ 02 98 57 71 44

CARHAIX
PIJ 02 98 93 32 30

CHATEAULIN
PIJ 02 98 86 13 11

CONCARNEAU
PIJ 02 98 60 40 00

DOUARNENEZ
PIJ 02 98 92 47 00

LANDERNEAU
PIJ 02 98 21 77 09

LE RELECQ KERHUON
PIJ 02 98 28 01 92

MORLAIX
PIJ 02 98 88 09 94

PONT-L'ABBE
PIJ 02 98 66 08 09

QUIMPERLE
PIJ 02 98 96 36 86

Antennes à :
SCAER
02 98 57 65 22

MOELAN s/MER
02 98 96 36 86

ILLE ET VILAINE

ANTRAIN
PIJ 02 99 98 44 70

ARGENTRE DU PLESSIS
PIJ 02 99 96 54 01

BAIN DE BRETAGNE
PIJ 02 99 44 82 01

BRUZ
PIJ 02 99 05 30 63

CHARTRES DE BRETAGNE
PIJ 02 99 41 32 04

CHATEAUBOURG
PIJ 02 99 00 91 15

DINARD
PIJ 02 99 46 71 94

FOUGERES
PIJ 02 99 99 63 73

GUICHEN
PIJ 02 99 52 08 91

JANZE
PIJ 02 99 47 46 83

LA GUERCHE DE BRETAGNE
PIJ 02 99 96 01 02

LOUVIGNE DU DESERT
PIJ 02 99 98 14 37

MAURE DE BRETAGNE
PIJ 02 99 92 46 95

PLELAN LE GRAND
PIJ 02 99 06 80 47

REDON
PIJ 02 99 72 14 39

RENNES
CRIJ 02 99 31 47 48

ST-JACQUES-DE-LA-LANDE
PIJ 02 99 35 21 24

VERN SUR SEICHE
PIJ 02 99 62 18 55

VITRE
PIJ 02 99 75 89 25

MORBIHAN

AURAY
PIJ 02 97 24 25 00

BREC'H
PIJ 02 97 57 52 96

CARENTOIR
PIJ 02 99 93 74 74

GOURIN
PIJ 02 97 23 36 93

GRAND CHAMP
PIJ 02 97 61 40 16

GUER
PIJ 02 97 22 18 52

GUIDEL
PIJ 02 97 65 34 05

HENNEBONT
PIJ 02 97 36 29 10

LANESTER
PIJ 02 97 76 30 29

LANGUIDIC
PIJ 02 97 65 80 31

LE PALAIS
PIJ 02 97 31 59 60

LORIENT
BIJ 02 97 84 84 57

MUZILLAC
PIJ 02 97 41 68 75

NIVILLAC
PIJ 02 99 90 82 12

PLOEMEUR
PIJ 02 97 86 41 03

PLOUAY
PIJ 02 97 33 32 53

PONT-SCORFF
PIJ 02 97 32 49 37

QUIBERON
PIJ 02 97 30 38 88

VANNES
BIJ 02 97 01 61 00

*Il existe un PIJ en milieu
carcéral*

PLOEMEUR
PIJ 02 97 86 47 01

www.ij-bretagne.com

Cette étude a été conçue et mise en œuvre par le réseau Information Jeunesse Bretagne.

Elle a été portée par les Points Information Jeunesse de Pont-l'Abbé, Carhaix-Plouguer, Fougères, Vern-sur-Seiche, Lamballe, Lanvollon, Lannion, les Bureaux Information Jeunesse de Lorient et de Saint-Brieuc, les associations départementales Information Jeunesse des Côtes d'Armor et du Morbihan, ainsi que par les missions Information Jeunesse en Finistère et Ile-et-Vilaine.

L'opération a été coordonnée par le CRIJ Bretagne avec les concours de Christophe Moreau, sociologue à Jeudevi et chercheur au Lares, et de l'association GECE.



Centre Régional Information Jeunesse Bretagne

4 bis, cours des Alliés - 35000 Rennes
Tél. : 02 99 31 47 48

www.ij-bretagne.com

Supplément au n°204 d'Actuel Bretagne, mai 2008
Dépôt légal - ISSN 1242-2606



Un grand merci aux structures Information Jeunesse
et aux partenaires du réseau qui ont accepté
de participer à cette enquête.

Directrice de la publication : Soazig RENAULT

Rédaction : Jerom BOUTHIER

Conception graphique : Studio Quinze Mille

Impression : Média Graphic

L'action régionale du CRIJ est soutenue par :

