



2

L'ové au sein de L'ISIC, un Master en communication un peu curieux... Intitulé ? « Communication et Générations ». Un Master qui a besoin d'un peu de mots, d'être parlé car il est peu « classique ». Voilà je crois le premier but de cette revue portée par des étudiants originaux du coup, des étudiants qui se déclarent une passion pour **les publics de la communication**. Gageons que cette publication parviendra à faire découvrir ce que l'on peut bien faire dans ce Master... Formés en communication, les étudiants ont un petit « + » qui peut faire la différence lors d'un recrutement, tant il est clair que les structures publiques comme privées, segmentent de plus en plus leurs publics et dans le même temps s'ouvrent aux réflexions intergénérationnelles avec les notions de lien social et du « vivre ensemble ». Ages, cycles de vie et générations mais aussi intergénération et transgénérationnel, appliqués à la communication, voici les concepts forts que prennent à bras le corps les étudiants de « comm' généré » durant leur formation.

**Génération** Shopping ou Sushi, Baby boomers ou Lolita, générations X, Y ou Z, perdue ou précaire, génération Obama ou Verdun, Inoxydable ou Casimir... Autant de petits noms, plus ou moins raisonnables bien sûr, mais dont le but est de pointer l'idée qu'une génération porte en elle des traits communs, des marqueurs culturels et idéologiques issus de l'esprit du temps, dépassant les spécificités individuelles, et que le Master s'évertue à décrypter comme autant de signes des évolutions sociales. Les juniors et les seniors sont d'abord des mots excuses pour parler de populations passionnantes en ce qu'elles se situent aux deux bouts de l'échelle des âges et nous emmènent dans des univers parfois spécifiques, parfois communs. En travaillant

sur les âges de la vie, ce sont tous les stéréotypes d'âge (et de genre qui s'invitent toujours quand on travaille sur les produits de communication) que nous rencontrons et contribuons à rendre gênants.

**Un Master** c'est beaucoup de travail, de la rigueur et du stress, de l'expérience et de l'urgence, des tensions et des 'éval'. Certes, mais c'est aussi le plaisir de rester au près des cultures enfantines et juvéniles visitées en permanence, de suivre les débats brûlants sur les cohabitations intergénérationnelles notamment dans le champ politique, les actualités en termes de santé et insertion, marketing et médias... concernant la jeunesse comme la vieillesse. C'est être connectés aux mutations sociales et culturelles d'une époque que l'on ne peut comprendre qu'en articulant les apports des nouvelles générations et les héritages des aînés. Lire la société par le prisme des âges, non comme des mondes à part mais des parts du monde, non comme des cibles de campagne mais des individus doués d'épaisseur culturelle (qu'il s'agit de mieux connaître), qu'ils soient minuscules ou très âgés, telle est la mission du Master.

**La variété** des secteurs et fonctions représentés pendant les deux années répond en tous points à celle des profils et projets des étudiants. Développer la curiosité intellectuelle est notre moteur, favoriser la multiplicité notre garant de débouchés pluriels. Le sommaire de ce numéro évoque une culture professionnelle, fondamentale effectivement pour un Master « pro ». Cette dernière dépasse néanmoins les seuls acquis techniques, les savoir-faire « clés en main » pour favoriser les capacités réflexives, analytiques et critiques, toujours appréciées lors des 10

mois de stage qu'effectuent les étudiants. Le mémoire, au delà du thème choisi librement qui apporte une connaissance spécifique supplémentaire, vise clairement à forger une solide compétence méthodologique que tout professionnel de la communication sollicite en permanence.

**La richesse** du Master repose sur une équipe d'intervenants professionnels ou universitaires et des promotions d'étudiants particulièrement investis. Je tiens ici à tous les remercier sincèrement de le faire vivre au quotidien. Il tire sa force, j'en suis certaine, de leurs mobilisation et foi infaillibles pour faire entendre cette façon de penser la communication, de croire en l'intérêt de la regarder à la lumière de ses petits et vieux publics. Alors oui. La jeunesse n'est plus ce qu'elle était. Elle sera meilleure. Non, les vieux n'ont pas de beaux restes. Ils sont beaux et sauront nous épater.

**Je dédie ce premier édit** à tous les grands parents, les ados et enfants, les jeunes et les vieux, les adolescents et seniorisants, qui alimentent au quotidien nos réflexions de petits curieux et âgités de la communication.



**Agnès PECOLO,**  
*Responsable  
du Master  
Communication  
et Générations  
(Jeunesse)*

## GÉNÉRATIONS.COM

> les brèves

page 4

## GÉNÉTIC

> l'actualité médias

page 5

## L'ÉQUIP'ÂGE

> nos intervenants

page 6

## LES ÂGITÉS SUR LE TERRAIN

> culture professionnelle

page 7

## LES ST'ÂGES

> nos lieux de stage

page 8

## MAIS OÙ SONT-ILS PASSÉS ?

> les anciens

page 9

## A LA RECHERCHE DE...

> les mémoires

page 10

## LES ÂGITÉS S'ASSOCIENT

> la vie associative

page 11

## GÉNÉR'IC

> l'équipe de rédaction

page 12

Ce master est encadré par une équipe dynamique composée de chercheurs et de professionnels :

Agnès Pecolo, Enseignant-chercheur

Corinne Destal, Enseignant-chercheur

Myriam Bahuaud, Enseignant-chercheur

Didier Rigaud, Professionnel consultant en communication

Marie-Laurence Pouey, Directrice communication en collectivité territoriale

Vous êtes étudiant(e), futur(e) étudiant(e) ? Vous souhaitez vous inscrire ou obtenir davantage d'informations avant de faire le grand saut ? Contactez le secrétariat de l'ISIC : 05 57 12 62 78 ou 05 57 12 62 80

Vous êtes un professionnel ? Vous souhaitez vous renseigner sur notre formation ou contribuer à faire vivre ce master hors du commun ? Contactez [apecolo@u-bordeaux3.fr](mailto:apecolo@u-bordeaux3.fr) ou [corinne.destal@u-bordeaux3.fr](mailto:corinne.destal@u-bordeaux3.fr)

Site web de l'ISIC : <http://isic.u-bordeaux3.fr/>

Site web de l'Université Bordeaux 3 : [www.u-bordeaux3.fr](http://www.u-bordeaux3.fr)

3

Directrice de la publication : Agnès Pecolo, Master Communication et Générations, ISIC, UFR Sciences des Territoires de la Communication

Université Michel de Montaigne, Bordeaux 3, Domaine Universitaire  
Esplanade des Antilles 33607 Pessac cedex

impression : STIG, Université Michel de Montaigne Bordeaux 3, Domaine  
Universitaire, 33607 Pessac cedex

Date de dépôt légal : à parution, 1er trimestre 2012

### UN PRÉSIDENT À HAUTEUR D'ENFANT

En octobre dernier, Barack Obama a sorti son premier album jeunesse intitulé en version originale « Of Thee I sing, a letter to my daughters » (« De vous je chante le nom : une lettre à mes filles »). Illustré par Loren Long ce recueil de comptines est à la fois un hommage à l'Amérique à travers différentes figures historiques et un chant d'amour dédié à ses deux filles : Sasha et Malia. En France, il est édité par De la Martinière Jeunesse et traduit par Susie Morgenstern, qui écrit notamment pour L'école des loisirs.

« OF THEE I SING », Lettre à mes filles, 13,50 €

Lien : <http://www.lamartinierejeunesse.fr/>

### TOUT POUR ÊTRE LA MOINS RIDÉE



Le fabricant de cosmétiques écologiques GeoGirl a provoqué la polémique aux Etats-Unis en lançant courant 2011 une crème anti-rides pour les fillettes de 8 à 12 ans. Le produit, distribué dans les magasins Walmart, serait composé en partie d'écorce de saule, de camomille, ainsi que d'anti-oxydants destinés à prévenir le vieillissement. À noter tout de même que de nombreux dermatologues soulignent le fait que les crèmes anti-rides peuvent

briser l'épiderme des enfants et provoquer... des rides !

Lien : <http://geogirl.com/> et <http://www.walmart.com/>

### A CHACUN SON INTERNET

L'observatoire des usages Internet de Médiamétrie a révélé, à la rentrée 2011, que les usages d'Internet variaient selon l'âge ; ainsi, les moins de 25 ans ont tendance à se divertir sur la toile tandis que les plus de 50 ans se servent du web comme moyen de communication ou pour gérer leur argent.

Lien : <http://www.mediametrie.fr/>

### DANS LA PEAU DE NOS AÎNÉS

Comment mieux comprendre les seniors, si ce n'est en se mettant à leur place ? C'est en partant de cette idée que l'organisme caritatif « Friends of the Elderly » a donné naissance au programme « Isolation Week » (semaine d'isolement). A la mi-juin 2011, 10 jeunes volontaires de Grande Bretagne ont pu vivre pendant toute

une semaine en total isolement, avec, en plus de cela, un matériel invalidant. Le but : faire prendre conscience au plus grand nombre des difficultés rencontrées par les personnes âgées dans la vie de tous les jours. C'est à travers un blog que les participants ont pu, au fur et à mesure de l'expérience, partager leur prise de conscience de la condition pas toujours rose de nos aînés.

En savoir plus : [Groupe Facebook Friends-of-the-Elderly](#)

### SUJET DE PEINTURE : UN SENIOR SUPER HÉROS !

Le jeune peintre suédois Andreas Englund (né à Falun en 1974, mais travaillant à Stockholm) a créé une série de peintures hyperréalistes représentant un super-héros vieillissant qui n'est pas sans rappeler le fameux Captain America. Sujet atypique qui bouscule un peu le concept de super héros jeune et beau, celui peint par Andreas Englund a pourtant bien le costume de l'emploi. Selon le peintre, « l'humour peut faire passer des messages qui seraient difficiles à formuler autrement ».

Pour en (sa)voir plus sur son œuvre : <http://artofdala.com/portfolio.html>



### A 62 ANS, ELLE TENTE UNE TRAVERSÉE À LA NAGE DE 170KM.

Pour la deuxième fois en deux mois, Diana Nyad a mis fin dimanche 25 Septembre à sa tentative de traversée à la nage entre Cuba et la Floride. Cette américaine de 62 ans n'a pas pu poursuivre, suite à des piqures de méduses. Elle avait déjà fait plus de 2/3 du trajet soit 124 km dans une mer infestée de requins. Sa tentative d'août avait aussi avorté après 80km à cause d'une crise d'asthme et de douleurs à une épaule. L'ancienne nageuse professionnelle déclare « J'ai ça en moi, je m'entraîne depuis un an, c'est le rêve d'une vie. Me lancer à près de 60 ans, cela représente encore un peu plus à mes yeux ». On ne peut que saluer son courage et sa ténacité.



**Vanessa ANTUNES et Aurélie RICHARD**

## LES RÉVOLUTIONS 2.0 ONT-ELLES EU LIEU ?

### « Les révolutions 2.0 : deux poids deux mesures »

Wael Gholim, blogueur égyptien, a attribué ce terme aux révoltes impulsées par le net à l'aube des révolutions tunisiennes. Inscrit dans le top 100 des personnes les plus influentes au monde, il nous permet de rebondir sur cette nouvelle appellation de « révolution 2.0 ». En effet, il a été facile de constater le rôle d'internet dans les révolutions récentes qu'a subies notre monde.

De l'Egypte à la Tunisie, en passant par l'Europe et les diverses manifestations contre le gouvernement en place, les jeunes ont su tirer leur épingle du jeu et faire entendre leur voix de manière rapide et efficace. Forums, blogs, réseaux sociaux, autant de supports qui ont été utilisés par ces derniers.

On peut se demander quel rôle ont réellement joué ces nouveaux médias dans la chute de certains régimes arabes, et quel a été le rôle de Facebook dans ces mouvements d'opposition. On peut dire que la vraie différence entre la télévision et les réseaux sociaux, c'est qu'ils sont les premiers supports de communication universels qui permettent d'allier inter-connexion entre les peuples et interactivité entre les générations.

### Le monde arabe, révolution sociale ou révolution médiatique ?

On a beaucoup parlé ces derniers temps de la participation des technologies de communication dans la chute de certains régimes du monde arabe. Or, si l'on remet les choses dans leur contexte, ces révolutions sont d'abord et surtout des mobilisations sociales. Il faut dire que Facebook reste aussi pour les gouvernements un outil de surveillance sociale. Nombre d'activistes ont d'ailleurs été repérés ainsi. Chaque nouvelle génération de technologie va favoriser des stratagèmes d'auto-information, et offre de véritables circuits parallèles de communication. Les apports d'Internet interviennent dans une continuité de contournement des censures. Il faut souligner que l'utilisation active des réseaux sociaux est souvent faite par des personnes jeunes et éduquées. Il n'empêche qu'Internet apparaît pour les jeunes arabes comme porteur d'informations fiables auprès de sources non locales et non étatiques.

Un mouvement de révolution est avant tout impulsé par des mobilisations sociales auxquelles Internet ne peut se substituer. Mais les réseaux sociaux sont un moyen de plus pour contourner la censure, limiter la répression et diffuser de l'information. Le principal atout d'internet est sa capacité à diffuser une information de manière extrêmement rapide, et sans frontières.

5

Marion PARGADE et Lucile ARNAUD



# - L'ÉQUIP'AGE -

Portrait d'un intervenant

MYRIAM BAHUAUD,  
ENSEIGNANTE DU MASTER  
COMMUNICATION ET  
GÉNÉRATIONS DEPUIS LA  
RENTÉE 2011.



6

**Myriam BAHUAUD, vous avez intégré l'équipe pédagogique du Master Communication et Générations depuis quelques mois seulement, pouvez-vous nous présenter votre parcours ?**

Economiste de formation, je viens de Bordeaux 4. J'ai une maîtrise d'économie commencée à Poitiers, poursuivie ici. En maîtrise, j'ai découvert le marketing qui m'a séduite par la connaissance qu'il apporte sur les publics, et non par son aspect commercial. A la fin de ma maîtrise, j'ai postulé pour le DESS communication jeunesse. C'est comme ça que je suis « tombée » dans la communication. Je suis venue avec la perspective d'un diplôme professionnel, sauf que j'ai rédigé un mémoire sur les droits dérivés de Babar ! Et quand je l'ai rendu, j'étais frustrée par l'impression de ne pas l'avoir traité en profondeur. Mon envie d'être professeur qui avait disparu est alors revenue. J'ai pris un an de réflexion

pour savoir si je repartais sur un autre cycle d'études pour devenir enseignant-chercheur par la suite. J'ai donc fait une thèse en 3 ans que j'ai soutenue à Bordeaux. Je n'ai été titularisée qu'en septembre 2000 à l'IUT « Info-Com » du Havre. A l'IUT, j'ai été, entre autres, directrice des études et responsable des stages. J'y ai également créé en 2005 la Licence professionnelle « Stratégie et supports de communication ». Le tout en venant enseigner à Bordeaux presque tous les ans.

**Concrètement, pourquoi avoir choisi de revenir à l'ISIC et d'intégrer ce master ?**

Lorsqu'un poste au sein du Master Communication et Générations s'est créé sur Bordeaux, j'y ai vu l'opportunité de trouver une synergie entre ma recherche (au sein du laboratoire « MICA ») et mes cours.

**Aujourd'hui les jeunes diplômés de l'Université sont encore victimes d'idées reçues sur leurs compétences, notamment face à la concurrence des grandes écoles privées, quel est votre regard sur la question ?**

Je suis d'autant mieux placée que je suis économiste, plutôt spécialisée gestion marketing et je peux parler aussi avec 10 ans d'expérience en IUT où les étudiants, après l'obtention de leur DUT, ont poursuivi leurs études dans des écoles privées. Le constat, c'est que dans les écoles de commerce, il y a de tout. Il y a celles qui sont très cotées dont je ne mets pas en question la légitimité. Et il y a les autres... Elles sont en lien avec les CCI et sont mises en vitrine contrairement à l'Université. L'université a pendant des décennies apporté du savoir et formé des chercheurs, et son « job » n'était pas de former des professionnels. Elle véhicule encore cette image alors qu'elle

est de plus en plus en lien avec les secteurs professionnels. Maintenant, il faut se battre avec des écoles qui ont plus de moyens que nous. Pour moi l'Université « forme mieux », elle formate moins, « elle sème des graines dans le cerveau qui vont porter leurs fruits » et laisse la place à l'épanouissement. Les grandes entreprises se tournent vers les grandes formations parce qu'elles ne connaissent pas le monde universitaire. Mais si on veut travailler dans des PME, des plus petits groupes, l'université est plus adaptée.

**Selon vous, quels sont les intérêts de cette spécialisation pour un étudiant ?**

Croiser et complexifier la communication avec les publics. Au bout de 2 ans, au-delà des connaissances que l'on vous a données sur les publics, vous avez intégré la complexité et l'hétérogénéité des publics de la communication. Vous ne les envisagez donc pas comme des réceptacles passifs.

**Chloé RODIER et Benoît NOVION**

1. Ancienne maîtrise
2. Diplôme Universitaire



## IMMERSION DANS L'UNIVERS DES ENFANTS AU SALON KIDEXPO

*Vendredi 21 octobre, une partie des M2 Com' et Géné Jeunesse mettait un pied dans le monde du jeu et du jouet grâce au salon Kidexpo qui fêtait sa 5ème édition Porte de Versailles à Paris.*

En arrivant devant les différents halls du salon Kidexpo, le ton était donné. Des groupes d'enfants qui courent, des cris, de l'excitation, de l'impatience dans leurs yeux et la promo, heureuse de se retrouver au cœur du plus grand évènement familial de l'année.



Le plan en main, la classe était prête à partir à la découverte des jeux et jouets qui font le bonheur des enfants mais aussi des plus grands ! Avec plus de 20 000m2 de surface d'exposition et trois espaces thématiques (Education & Vie Pratique / Sport, Tourisme et Loisirs / Jeux et Jouets), le salon invite les visiteurs à déambuler au gré des nombreuses animations et ateliers.

Lieu de partage, d'échange et d'écoute, Kidexpo a permis à tous d'observer le comportement des enfants en termes de pratique ludique et pédagogique, de discuter avec les exposants et de retomber en enfance le temps d'une journée !

## UN BEAU PROJET INTERGÉNÉRATIONNEL

*De leur côté, les « parcours seniors » du Master Communication et Générations, toujours pleins d'idées, montent un projet pédagogique autour de l'intergénérationnel.*

Une fois par semaine, par petits groupes, les étudiants se rendent dans trois RPA bordelaises (Résidence pour Personnes Agées) afin de partager un repas avec les résidents. Une rencontre faite d'écoute, de partage et d'émotions entre deux générations qui ont tant à apprendre l'une de l'autre. Ces derniers seront également au cœur d'un court-métrage qui servira de support de communication au Pôle Senior de la Mairie de Bordeaux. Etudiants et résidents travaillent donc à l'élaboration d'un scénario aidés par des réalisateurs professionnels.

Un projet à la fois pédagogique et humain qui allie apprentissage et découverte du multimédia ainsi que partage et transmission. Une expérience qui restera marquée dans les esprits de tous les participants !

**Fanny FRANCOIS et Julie ALLEMAND**



# - LES ST'ÂGES -

Les lieux de stages



**CAMILLE DECROZANT :**  
23 ans.  
Spécialité Jeunesse.

Stage plurimédia.

**Où et combien de temps?**

A Paris, au sein de la rédaction du support plurimédia «Imagine ton futur», pendant 4 mois. Imagine ton Futur, c'est un site Internet et un magazine axés sur les thèmes de l'orientation scolaire et de la découverte des métiers. Ces derniers sont destinés aux jeunes entre 14 et 25 ans.

**Pourquoi cette structure ?**

Passionnée par l'univers de la presse jeunesse, Camille souhaitait bénéficier d'une première expérience journalistique. De plus, en se tournant vers un plurimédia, Camille savait qu'elle aurait la possibilité de se voir confier des missions diversifiées.

s'ouvrir à la cible adolescente tout en adoptant un style rédactionnel adapté à cette tranche d'âge.

**Son souhait pour son prochain lieu de stage ?**

Intégrer la rédaction d'un support ludo-éducatif à destination des enfants de 3 à 12 ans.

**THOMAS LARQUIER :**  
23 ans.  
Spécialité Seniors et Intergénérationnel.

Mission Intergénération

**Où et combien de temps?**

Au service animation 3ème âge de la Mairie de Pau, pendant 4 mois.

**Pourquoi cette structure ?**

C'était un choix logique puisqu'en corrélation avec son projet professionnel grâce à de nombreuses actions ciblées pour les seniors.

**Ses missions :**

Mise en place d'un concert intergénérationnel. Coordination de l'événement, négociations avec les élus, logistique : une multitude de tâches qui auront été son quotidien et qui lui ont permis d'affirmer ses choix en lui apportant une expérience solide.

**Ce qu'il retient de ce stage :**

« D'avoir pu être en contact avec des publics très différents », un enrichissement clé pour plus tard.

**Son souhait pour son prochain lieu de stage ?**

Conscient des enjeux d'une mission publique, il souhaite maintenant se servir de son expérience pour découvrir d'autres secteurs. Public ou privé, c'est d'abord l'opportunité de pouvoir s'insérer professionnellement qui le motive cette année.

Lucile ALDROVANDI et Marion CAUHAPE

8

**Ses missions :**

Participer à l'enrichissement du contenu rédactionnel des supports, relayer l'actualité, réaliser des interviews de professionnels, des fiches métiers et des psycho-tests.

**Une surprise au cours de ce stage ?**

Camille a aimé, plus qu'elle ne l'aurait pensé, travailler pour une cible plus âgée que la tranche d'âge des 3-12 ans, son public de prédilection.

**Ce qu'elle retient de ce stage :**

Une grande expérience humaine et professionnelle au sein d'une petite structure qui lui a permis de «toucher à tout». Ce stage lui a donné l'occasion de





## CARTE D'IDENTITÉ

Prénom : Gilles  
Nom: Brun  
Age : 30 ans  
Promotion : 2006  
Parcours : Seniors

**Bonjour Gilles, que faites-vous actuellement ?**

Depuis 4 ans, je suis responsable communication de la société AudioNova. AudioNova<sup>1</sup> est le spécialiste des produits et appareils palliant les troubles de l'audition.

## **Que vous a apporté ce Master grâce à sa spécialisation sur un public en particulier ?**

L'élément important à retenir est que ce Master est le seul du genre en France. Pendant mon entretien d'embauche chez AudioNova, il a beaucoup été question de cette formation qui suscite vraiment l'intérêt par sa spécificité.

## **Comment en êtes-vous venu à choisir ce public ? Est-ce un réel apport professionnel aujourd'hui ?**

A l'époque déjà, j'ai eu vent que les seniors, encore méconnus, tendaient à devenir une cible privilégiée. J'ai trouvé vraiment intéressant de communiquer sur ce public là. De toute façon, c'est quitte ou double : la vieillesse est un thème qui plaît ou rebute. Avoir choisi le public senior est un réel apport professionnel aujourd'hui car j'ai la chance de travailler avec et pour lui. En effet, mon travail consiste à faire du marketing à destination des plus de 70 ans, les plus touchés par les troubles auditifs. Grâce au Master Communication et Générations, j'ai appris beaucoup de choses en termes de réalisation de supports de communication écrits et visuels pour communiquer ...

## **Comment aviez-vous connu le Master ?**

J'étais étudiant sur Bordeaux 3 depuis plusieurs années en communication sociale. Dès que j'ai eu ma licence, je me suis posé la question de savoir si je devais poursuivre mes études ou travailler. J'ai donc rencontré les professeurs à l'origine du Master qui ont suscité chez moi un réel intérêt pour cette formation, dont j'allais intégrer la première promotion par la suite. J'ai trouvé très intéressant de créer les bases de cette formation aux côtés de professionnels de la communication. Au final nous étions une petite promotion de 5, spécialisés sur le public senior.

## **Conseilleriez-vous ce Master ? Et pourquoi ?**

Oui, vivement, car il permet de pouvoir appréhender des outils de communication pour cibler un public encore méconnu et qui fascine. Depuis de nombreuses années, bon nombre de sociologues, de publicitaires, et de communicants en général, se sont penchés sur les seniors. Ils représentent désormais une tribu qui a des codes qui lui sont propres. Ces codes, transmis grâce à cette formation, permettent aux institutions d'avoir les outils pour délivrer les bons messages.

<sup>1</sup> [www.audionava.fr](http://www.audionava.fr)



## CARTE D'IDENTITÉ

Prénom : Isabelle  
Nom : FAYEMENDY  
Age : 25 ans  
Promotion : 2010  
Parcours : Jeunesse

## **Bonjour Isabelle, que faites-vous actuellement ?**

Je travaille sur Troyes où j'occupe le poste de manager de My Sporteezy -animation et fêtes sportives tout public-. Je gère aussi l'événementiel sportif du Village Oxylane de Lavau-Troyes . C'est un poste mutualisé, il s'agit d'être manager et responsable communication événementiel.

## **Que vous a apporté ce Master grâce à sa spécialisation sur un public en particulier ?**

Ça a été un atout pour le poste que j'occupe surtout pour le cœur de cible que sont les enfants. Cela m'a donné des « billes » pour parler avec les parents mais aussi avec les professionnels de l'enfance avec qui je peux être en contact (CLSH, centre médicaux, écoles...). Je considère nos cours comme de la sociologie -de l'enfance ou de la jeunesse- pouvant nous donner des armes lors d'entretiens ou de postes en relation avec le public de prédilection. Cela reste un apport culturel personnel intéressant, mais pas toujours évident à replacer ou intégrer car très spécifique.

## **Conseilleriez-vous ce Master ? Et pourquoi ?**

Complètement ! Il est très riche et formateur. Les cours sont intéressants, surtout avec les intervenants professionnels qui nous font part de leurs expériences, qui sont abordables et avec lesquels on peut discuter. Le travail de groupe sur des projets y est aussi très important.

**Célia GRONDIN, Amandine FRÉNEAU,  
Faustine LE MOUËL et Soraya SALLOUB**

# - À LA RECHERCHE DE... -

Les mémoires



**EMILIE SOULARD**, Responsable de la communication du Casino de Gujan-Mestras

## Des médias et des seniors : Le magazine Notre Temps,

Direction P. Baudry, 2007

Depuis quelques années, on vit et on reste jeune plus longtemps. Toutefois, le terme même de seniors est encore mal compris dans la société actuelle et les médias. Le magazine Notre Temps, précurseur sur ce marché, porte un regard neuf sur les seniors, la retraite et la vie après 50 ans. Aussi, Emilie Soulard s'est penchée sur ce magazine afin de savoir à qui il s'adressait concrètement, en s'intéressant d'abord aux enjeux économiques liés à la vieillesse puis aux problématiques de santé et de beauté présentes chez les seniors.

### Pourquoi avoir choisi ce thème de mémoire ?

Parce que j'avais une formation de lettres, je pensais que c'était l'univers qui me correspondait le plus. Je me suis alors penchée sur Notre Temps parce-que ma tante le lisait.

### Selon vous, l'image collective des seniors a-t-elle évolué ?

Oui, mais je crois que nous cherchons de moins en moins à faire entrer à tout prix les gens dans des catégories, peut-être parce que nous apprenons à vivre les uns à côté des autres. Les seniors représentent une

part importante de la population. Nous sommes tous conscients que cette part tend à augmenter. Il nous faudra de plus en plus nous intéresser à eux.

### Avez-vous des anecdotes marquantes à nous raconter au sujet de votre mémoire ?

Non, à part que sa conception a été laborieuse, mais je garde un très bon souvenir de mes deux années de Master, cela a été une très belle expérience, de belles rencontres... Je reste convaincue que la spécialité senior m'a permis de me faire remarquer et de trouver un travail passionnant rapidement.

**CLOTILDE PASCAUD**, Responsable de la communication Le Carré Les Colonnes (Blanquefort et Saint-Médard-en-Jalles)

## Noël aujourd'hui : Entre tradition et modernité, une fête ritualisée,

Direction A. Pecolo, Mai 2004

Noël est un évènement riche en symboles et en représentations. Clotilde Pascaud a choisi de l'aborder par le biais des manières de fêter Noël aujourd'hui, et de la place que nous lui attribuons dans notre société contemporaine. Pour cela, elle a effectué des entretiens avec des adultes et des analyses de lettres au Père Noël écrites par des enfants. Au terme de cette recherche, il apparaît d'une part que cette fête est particulièrement ritualisée mais qu'elle ne s'apparente en rien à une survivance. D'autre part, Noël est vécu de manière ambivalente, que cela soit du point de vue de la religion, de la famille, de sa commercialisation ou du Père Noël lui-même.

### Pourquoi avoir choisi ce thème de mémoire ?

À la base, j'ai suivi une formation en anthropologie. J'avais donc étudié les fêtes,

les mythes, les rites pendant deux ans. Quand j'ai du choisir un sujet de mémoire, Noël approchait et cette fête ayant un lien avec la jeunesse, je n'ai eu aucun problème à faire valider mon thème de recherche.



### Pensez-vous que la fête de Noël a évolué depuis votre mémoire ?

Non ! C'était déjà une débauche commerciale et ça le reste. J'avais remarqué que les fêtes de Noël étaient très ancrées dans les mémoires et les envies des familles avec au coeur les enfants émerveillés par la magie du Père Noël, plus qu'une fête religieuse. Même ceux qui dénigraient l'aspect commercial faisaient des cadeaux. Dans les lettres d'enfants au Père Noël, on voit qu'à moins de 6 ans, les enfants qui y croient encore sont souvent déjà sensibles au coût de la vie. C'est le côté un peu désenchanté de Noël.

### Votre mémoire vous a-t-il été utile dans votre vie professionnelle ?

Ce mémoire n'était pas lié au secteur professionnel qui m'intéressait et restait vraiment de la recherche. Mais, une fois, en entretien, on m'a demandé de l'apporter.

**Nora ARIF, Angèle GOUJON, Raphaël JACQUEROD**

## STRATEJIC OU LA JUNIOR-CRÉATION DE BORDEAUX 3

*Pour l'année 2011/2012, l'association STRATEJIC est présidée par Marion CAUHAPE. Le bureau est composé d'une présidente, d'une secrétaire générale et d'une trésorière, toutes trois étudiantes en Master 2 Communication et Générations.*

STRATEJIC a été créée en 2009 par deux anciens étudiants de l'ISIC, au sein de l'université Michel de Montaigne de Bordeaux 3, et s'inscrit dans le mouvement de la Confédération Nationale des Juniors-Entreprises. STRATEJIC est actuellement labellisée « Junior-Création » et vise très prochainement le deuxième degré d'évolution.

### Qu'est ce qu'une Junior-Création telle que STRATEJIC ?

STRATEJIC est une association gérée par des étudiants qui réalisent des études diverses et variées sur le modèle des cabinets de conseil. Toutes les études sont en cohérence avec les domaines de compétences de l'Université de Bordeaux 3. Les étudiants motivés et compétents peuvent ainsi mettre en application leurs acquis universitaires, tout en étant rémunérés et en obtenant de l'expérience à inscrire sur leur CV. Jusqu'à présent, STRATEJIC a répondu à des études portant sur des problématiques de communication diverses, telles que : plans de communication, enquêtes quantitatives, création de supports de communication, création de charte graphique et d'identité visuelle et création de site Internet.



## ISIC RIDER OU LES CLÉS D'UNE VIE ÉTUDIANTE ÉPANOUIE

*L'association ISIC rider (bureau des étudiants de l'ISIC), est l'un des acteurs incontournables dans l'animation de la vie étudiante isicienne. Celle-ci propose des événements et des activités riches dans plusieurs domaines. Le local situé en F 107 est un espace convivial qui accueille les étudiants pour toutes leurs pauses entre les cours.*



11

### Une association à vocation sportive et événementielle...

Sportif(ve) aguerri(e) ou pratiquant(e) occasionnel(le), chacun pourra trouver sa place dans les deux équipes sportives de l'association. En effet, les équipes de football et de basket-ball d'ISIC rider sont toujours à la recherche de nouveaux membres désireux de se mesurer aux autres équipes universitaires du championnat. La participation aux entraînements sans optique de compétition est aussi possible.

Mais les deux mi-temps ne seraient rien sans la troisième. ISIC rider a pensé à tout et propose de nombreuses soirées thématiques, qui rythment la vie étudiante, dans les meilleurs lieux de la nuit bordelaise.

### ... mais aussi culturelle !

Grâce à deux partenariats historiques avec le Théâtre National de Bordeaux Aquitaine et le Rocher de Palmer de Cenon, l'association propose un panel de spectacles à des prix préférentiels.

Toujours sur cette lancée musicale, l'un des temps forts de l'année isicienne résidera dans le Rockin Share Festival (anciennement ISIC Rock Show). Organisé intégralement par ISIC rider en partenariat avec l'Unicef, cet événement se place comme un véritable tremplin sur la scène rock bordelaise.

En bref, adhérer à ISIC Rider est le geste à adopter lors de son entrée dans l'UFR. Cela vous garantit une vie étudiante riche en rencontres et en activités culturelles et sportives...

**Noémie ESCOFFIER, Thomas LARQUIER, Thomas DIBET-SUHAS**

# - GÉNÉR'IC -

L'équipe de rédaction



Lucile Aïrouandi  
Journaliste



Marion Couhape  
Journaliste



Noémie Escoffier  
Rédactrice



Chloé Rodier  
Journaliste



Julie Allemand  
Reporter



Karimé El-hadi  
Graphiste



Lucile Durvaux  
Graphiste



Ariadine Frenoux  
Journaliste



Hélène Jourdain  
Correspondante



Aurélie Richard  
Rédactrice



Sanyo Salloub  
Journaliste



Marlon Pargande  
Reporter



Lucile Courant  
Photographe



Fanny François  
Reporter



Raphaël Jacquard  
Journaliste



Angèle Goujon  
Journaliste



Nora Arif  
Journaliste



Lucile Arnaud  
Reporter



Céline Grenier  
Journaliste



Faustine Le Mouél  
Journaliste



Camille Desobant  
Photographe



Vanessa Antunes  
Rédactrice



Thomas Lanquier  
Rédacteur



Milarie Fornas  
Graphiste



Benoît Navion  
Journaliste



Jennifer Ibanez  
Illustratrice



Clémentine Lemaï  
Illustratrice



Thomas Dibet-Suhaz  
Rédacteur



Camille Leude-Dauguy  
Correspondante