



LES AGITÉS DE LA COM'

#3

ÉDITO



Corinne DESTAL

Responsable du parcours seniors et lien intergénérationnel

C'est avec plaisir que j'ouvre l'édito de cette troisième année des Âgités de la Com, témoignage de la vie universitaire de la promotion 2013-2014 du Master Communication et Générations.

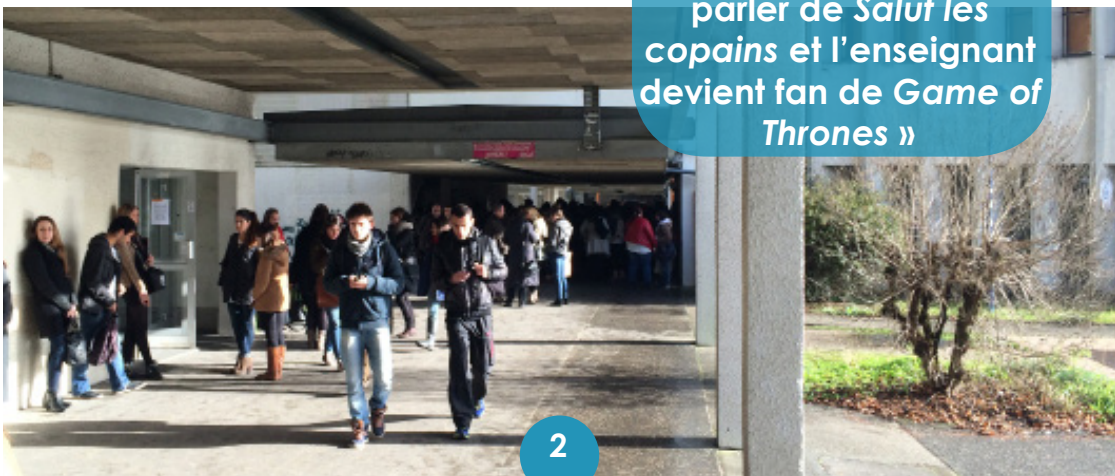
Pendant plus de 20 ans, je suis restée attachée à cette formation qui a bénéficié au cours du temps, de certains changements, et surtout, qui a accueilli, comme autre objet d'étude et de considération, le public senior, venu alors rejoindre dans un élan intergénérationnel, les juniors, déjà solidement installés dans les programmes.

Tous ces publics de la communication (car jeunesse et seniors bien entendu ne sont que des mots appelant une grande diversité) sont scrutés, étudiés, interrogés... mais avant tout, ils sont estimés par tous les acteurs de la formation : enseignants, étudiants, intervenants professionnels.

20 ans de vie dans cette formation m'ont fait basculer du statut de jeune adulte débutante (en passant par la case du Tanguy qui achève sa thèse...) à celui de senior ! Le lien intergénérationnel, certes, objet d'étude universitaire, offre également, dans l'enseignement, un formidable terrain empirique.

J'observe, au fur et à mesure des années, cet écart générationnel qui grandit et qui oblige l'enseignant à une avantageuse et permanente adaptation... Où les étudiants entendent parler de *Salut les copains* et l'enseignant devient fan de *Game of Thrones* et de certains mangas : intéressante transmission culturelle réciproque.

« Cet écart générationnel où les étudiants entendent parler de *Salut les copains* et l'enseignant devient fan de *Game of Thrones* »





// LOISIRS

Les jeux vidéo : effet de génération ?
« Génération Quoi ? », une enquête originale



// PROJETS

Le 4L Trophy
La conférence de Talence
La Palme de l'Initiative Intergénérationnelle



// DOSSIER : L'INTERGENERATIONNEL

De Senior à Plenior
La transmission ascendante
L'intergénérationnel à l'étranger
L'avis de l'expert : J-J Amyot



// COIN JOB

Réussir son entretien
Que sont-ils devenus ?
L'annuaire des « Anciens »



// LE BISTROT

Coup de cœur :
Les cafés suspendus
Coup de gueule :
L'avenir des lettres manuscrites



// L'EQUIPE

Joue la com' #Barack !

ANALYSE PLURIMEDIAS

A la télé, à la radio, sur Internet, la perspective générationnelle est partout. Petit aperçu de ce qui se passe du côté de certains de ces médias.

// LES JEUX VIDEO : EFFET DE GENERATION ?

A l'heure où les nouvelles consoles arrivent en France, il est temps de se demander quelles sont les nouvelles pratiques en matière de jeux vidéo. Seul, en famille ou encore en réseau... qu'est devenu le jeune adolescent « gamer » des années 70-80 ?

L'ère du numérique et la multiplication des supports offrent de nombreux moyens de divertissement : tablette, téléphone, console de jeux, ordinateur... Toutes ces technologies permettent au plus grand nombre d'avoir accès à un large panel de jeux vidéo. Mais la diversification des moyens a-t-elle développé la notoriété de ceux-ci ?

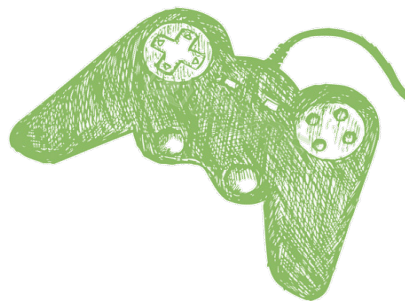
Selon une étude Enterbrain 2012, le nombre de joueurs français s'élève à 28 millions, soit près de 58% de la population. Autre chiffre révélant un intérêt certain pour les jeux vidéo : 48% des foyers sont équipés de consoles de jeux ! Affirmer cependant que le joueur d'il y a 30 ans a évolué reste compliqué. L'âge moyen du joueur est aujourd'hui de 35 ans, de plus la pratique des 35-49 ans est en progression et les plus de 50 ans jouent deux fois plus !

Mais alors que penser de ces évolutions ? Les plus de 30 ans sont omniprésents ! Il s'agit de joueurs confirmés, qui ont pu assister à l'évolution des jeux vidéo et qui continuent d'utiliser ce type de divertissement. Effet de génération ? Ainsi, les plus de 50 ans ou génération « baby boom » ont vu apparaître les premières consoles de jeux dans les années 70, puis la génération X a vécu la démultiplication du nombre de consoles.

Aujourd'hui la génération Y, qui a entre 19 et 36 ans tend vers de nouvelles pratiques, plus collectives grâce à l'option multi-joueurs et la possibilité de partager l'expérience en réseau. Finalement, chaque génération s'approprie les jeux vidéo en fonction de la conjoncture médiatique dans laquelle elle évolue.

La génération dite silencieuse (née avant 1941) se retrouve mêlée à cet engouement pour les consoles de jeux et est alors influencée par les autres générations qui souhaitent partager leur intérêt.

Les industriels l'ont bien compris et mettent désormais l'accent sur le lien intergénérationnel proposant ainsi des activités rassemblant différentes générations. Mais, les prochaines consoles - toujours plus performantes - offriront-elles encore un moyen de divertissement collectif ou tendront-elles vers un nouveau profil de joueur, cette fois plus individuel ?



// « GÉNÉRATION QUOI ? », UNE ENQUÊTE ORIGINALE

Pas évident de dresser le portrait de toute une génération. Pourtant c'est le défi lancé par le projet « Génération quoi ? ». Cette grande enquête, démarrée en France en septembre dernier, s'intéresse aux 18-34 ans d'aujourd'hui.

Le site internet www.generation-quoi.france2.fr donne accès à l'enquête et permet d'y participer, quel que soit son âge. Il offre également la possibilité de consulter les résultats en temps réel, de les filtrer selon l'âge, le sexe... Le visiteur devient alors un véritable acteur.

Génération Quoi ? c'est aussi 20 mini-vidéos thématiques illustrant les réactions de jeunes répondant au questionnaire. Leurs ressentis, accompagnés de chiffres tirés de l'enquête nous sont

communiqués. Trois films documentaires ont également été diffusés dans le programme

Infrarouge de F2. Ces documentaires retracent dix-huit mois de la vie d'une quinzaine de jeunes issus de milieux sociaux et parcours scolaires différents.

Le site inclut une question participative permettant aux visiteurs de décrire « en un mot » leur perception de la génération des 18/34 ans. Le terme qui ressort le plus est « sacrifiée », suggéré par 4987 personnes. Mais on retrouve également dans les plus utilisés : connectée, perdue, Y, désenchantée, du changement...

Un livre verra le jour dans quelques

mois, dressant un portrait de cette génération. Le sondage et ses résultats restent disponibles sur le site, alors n'hésitez plus et participez à cette grande enquête !

Être adulte aujourd'hui... Résultat de l'enquête.

« Aujourd'hui être adulte c'est avant tout... être mûr et responsable », c'est ce qu'ont répondu 58% des 18/34 ans sondés. Arrive ensuite « être indépendants financièrement » pour 30% des sondés. Aujourd'hui

ce passage à l'âge adulte semble bien moins formalisé qu'il n'a pu l'être. Selon les plus de 60 ans, les principaux rites

étaient pour eux : le mariage/pacs, le service militaire et le premier travail. Ce changement s'explique par le retardement de l'âge du mariage, la disparition du service militaire obligatoire et l'arrivée sur le monde du travail qui se fait à des âges bien différents selon le nombre d'années d'études. Ces trois données ne sont donc plus d'actualité. Alors dans une société en crise financière où la « génération Y » doit s'adapter et apprendre vite, il semblerait que ce soient les valeurs de responsabilité et d'autonomie qui déterminent le statut d'adulte.

GÉNÉRATION QUOI?

« Globalement, ils pensent que le monde va mal, mais ils sont optimistes ».

Laëtitia Moreau,
réalisatrice des 3 films documentaires

UN MASTER DES PROJETS

Un Master unique qui rime avec pluralité tant le nombre de projets menés y est important. Riches, variés, professionnalisants, sont des adjectifs qui les caractérisent.

// LE 4L TROPHY



C'est une première pour le Master communication et générations : deux étudiantes, Amandine Labissy et Adeline Nauleau, ont décidé de participer au raid 4L Trophy 2014.

Cette aventure, accompagnée par l'équipe pédagogique du Master et l'Université Bordeaux Montaigne, a rassemblé dix étudiants de Master 2 autour des problématiques liées à la gestion de projet. Organisation d'événements, démarchage de partenariats et financeurs, relation presse, community management, toute l'équipe a touché à divers domaines au cours de l'année passée. Retrouvez

toutes les informations et anecdotes relatives à cette aventure humanitaire qui a débuté le 13 février dernier sur www.generations4l.fr.

Vous avez dit 4L Trophy ?

Le 4L Trophy est un raid humanitaire réservé aux étudiants de 18 à 28 ans qui démarre en France pour finir à Marrakech. C'est plus de 6 000km que vont parcourir les 1 500 équipages de cette édition afin d'apporter aux petits Marocains fournitures scolaires et sportives. A noter que le 4L Trophy n'est pas une course de vitesse, mais d'orientation.

LA TAXE D'APPRENTISSAGE

Parler de ces projets conduit à parler de la Taxe d'Apprentissage.

La Taxe d'Apprentissage est un impôt dû par les entreprises dès la première année de création dès lors qu'elle compte au moins un salarié.

Elle soutient l'effort permanent de professionnalisation et d'amélioration de la qualité des formations de l'Université Bordeaux Montaigne en contribuant notamment à la réalisation de tous ces projets.

Pour retrouver toutes les informations, deux choix s'offrent à vous :

* Rendez-vous sur stc.u-bordeaux3.fr

* Contactez Bénédicte Rigoulet – Cellule promotion, Bât F porte 114, Tél. 05 57 12 44 46

// LA CONFERENCE DE TALENCE



Pour la sixième année consécutive, la Mairie de Talence a fait appel aux étudiants du Master Communication et Générations afin de développer la communication autour de la conférence-débat du 13 février dernier. Les étudiants de M1 ont été en charge de la réalisation de l'affiche, de l'introduction de la conférence et de la gestion des relations presse de cet événement. Ce dernier s'est tenu en présence de Michel Fize, sociologue et chercheur au CNRS, autour du thème « Ados d'hier, ados d'aujourd'hui ».

Une question centrale animait l'intervention du sociologue: quelles différences et similitudes existe-t-il entre les adolescents nés à des époques différentes ?

// LA PALME DE L'INITIATIVE INTERGENERATIONNELLE

La Palme de l'Initiative Intergénérationnelle est une idée originale créée par le Master 2 Communication et Générations.

Elle a pour ambition de permettre aux associations, services publics, collectivités locales, entreprises privées, personnes individuelles ou groupe de personnes, de valoriser toute action ou initiative, en cours ou prévue en 2014 et impliquant un lien intergénérationnel.

Le gagnant de l'édition 2014 de ce prix d'envergure nationale bénéficiera de la possibilité d'un accompagnement dans sa

stratégie de communication à partir d'Octobre 2014 par les entrants en deuxième année de Master.

Ce nouveau projet a pour but de montrer l'unicité du Master Communication et Générations en France et de valoriser sa démarche. Le jury décernera la Palme lors d'une cérémonie, le 13 mars 2014 au sein de la Maison des Étudiants de Bordeaux-Montaigne.



L'INTER GENERATIONNEL

Qu'en est-il de la relation avec nos grands-parents, à l'heure où les familles entières ne vivent plus ensemble, où les distances géographiques augmentent ? Est-ce aussi facile de créer une réelle relation de complicité aujourd'hui par rapport à il y a 40 ans ? Si le fossé kilométrique s'élargit entre les générations, les évolutions technologiques couplées aux évolutions sociétales tendent pourtant à les rapprocher.

// DE SENIOR A PLENIOR

Focus sur ce nouveau terme pour désigner les seniors, significatif de l'évolution de leurs modes de vie .



Elle est bien loin l'image du senior retraité qui ne fait rien de ses journées, du senior dépassé qui passe son temps à faire des mots croisés.

Il y a encore quelques décennies, la vieillesse sociale et le départ en retraite coïncidaient presque avec le vieillissement biologique. Il pouvait alors être légitime d'aspirer au repos sans que se pose de façon cruciale la question des identités individuelles et surtout sociales. Aujourd'hui, avec l'augmentation conséquente de l'espérance de vie en bonne santé, la retraite est beaucoup plus longue. Selon Monique Legrand, « la déconnexion entre vieillesse sociale et vieillesse biologique oblige les jeunes retraités à un véritable travail de recomposition identitaire ».*

L'individu doit donc repenser et réorganiser son temps. Ce passage entraîne également l'entrée dans une période de vie qu'il faut investir. Un nouvel environnement d'insertion sociale, de valeurs, de repères, est à reconstruire.

Face à ce bouleversement social et à l'occasion du « Festival XYZ du mot et du son nouveau », qui se tient chaque année au Havre, le Senior devient Plenior, un senior « en activité ou non, dynamique, qui croque la vie à pleine dents ». Pour les organisateurs de ce festival créé en 2002, « ce mot donne une impression de plénitude et de plaisir à profiter de la vie. encore et encore ».

* Legrand Monique, Sociologue, *La retraite : une révolution silencieuse*, Toulouse, ERES, « Pratiques du champ social », 2001

// LA TRANSMISSION ASCENDANTE



Lorsque l'on évoque la transmission entre générations, vient très souvent à l'esprit (trop souvent ?) l'image du parent qui éduque son enfant. Et pourtant...

Dans l'imaginaire collectif, les plus jeunes n'ont-ils donc aucune influence sur leurs aînés pour que l'on occulte leur pouvoir de prescription et le crédit que l'on y accorde ?

Pourtant ces derniers existent bel et bien. Qui est le plus souvent à l'initiative de l'évolution technologique, des nouveaux comportements numériques familiaux, de certains bouleversements idéologiques au sein de la famille ? C'est l'enfant. Enfant qui à notre époque n'est plus influencé seulement par la famille, mais aussi par les nouveaux médias, l'école et les pairs.

Finie l'époque où seule la voix de la figure paternelle faisait autorité. Aujourd'hui, les aînés écoutent les plus jeunes lorsque l'on touche à des domaines dans lesquels ils sont censés exceller. « Comment je fais pour envoyer une pièce jointe ? », « C'est quoi la méthode pour télécharger l'album de Patti Smith déjà ? ». Les parents vont même jusqu'à demander la couleur qu'il faudrait qu'ait la nouvelle voiture familiale.

Le message de Madame Dolto est donc bien passé : « L'être humain n'est pas un objet à conformer au désir d'autrui »*. L'avis des plus jeunes est dorénavant pris en considération, et on va jusqu'à leur demander conseil, leur demander de transmettre leur savoir. Cependant faut-il, lorsqu'ils sont censés posséder l'expertise, absolument faire appel à eux ? Après tout le jaune Pikachu, c'était vraiment pas une couleur idéale pour la voiture.

* tiré de : *L'échec scolaire* ;
Françoise Dolto, Pocket, 1990

REVERSOS

// L'INTERGENERATIONNEL A L'ETRANGER

Le rapport aux générations, tant sur le plan familial, social que professionnel, est complexe. Afin d'apporter un nouvel éclairage sur le sujet, étudions d'autres régions du monde. Focus sur deux zones géographiques singulières : le continent africain, où l'âge moyen est le plus bas au monde et à l'inverse, le Japon, pays à la moyenne d'âge la plus élevée.



Amadou Hampâté Bâ

Un modèle de transmission en Afrique : la tradition de l'oralité

Les traditions africaines sont nombreuses et variées. On ne peut évidemment pas parler d'une culture propre ou d'un mode de vie propre à ce continent. Pourtant, il existe bien un point commun à ces pays ; ils ont une grande considération pour ceux qu'ils nomment les « vieux ». Ce respect envers les aînés des peuples africains, s'explique selon Amadou Hampâté Bâ – écrivain et ethnologue malien – par une coutume ancienne, dont les origines seraient antérieures à la naissance de l'écriture. Cette figure emblématique du continent africain, a consacré sa vie à mettre en lumière les trésors cachés de la tradition de l'oralité. Aujourd'hui encore, ce patrimoine de la culture orale est un mode privilégié, principalement en Afrique sub-saharienne, de transmission intergénérationnelle. Le proverbe suivant, rendu populaire par Amadou Hampâté Bâ, illustre à merveille ce que représente la tradition de l'oralité : « en Afrique, un vieillard qui meurt, c'est une bibliothèque qui brûle ».

Amadou Hampâté Bâ, *Amkoullel l'enfant peul* (Mémoires tome I), 1991

Relations intergénérationnelles au Japon : entre respect des traditions et transmission d'expériences

Le Japon est le pays « le plus vieux du monde » avec plus de 23% de la population qui a plus de 65 ans. L'espérance de vie de ses habitants est même la plus élevée de la planète. Il n'est donc pas étonnant de constater que les seniors occupent un rang important dans la société japonaise et plus largement, dans la culture asiatique. Le vocabulaire nippon regorge d'ailleurs de nombreux termes ou de suffixes pour les désigner, employés selon les situations ou en fonction du rang de chacun. Le salut, symbole traditionnel, est le reflet des relations intergénérationnelles au Japon. Au travail par exemple, un subalterne s'incline plus bas que son supérieur, au même titre qu'un jeune employé le fait vis-à-vis d'un salarié plus âgé. Pourtant l'âge ne semble pas être un critère majeur. Les échanges entre individus dépendent principalement de l'expérience dans un domaine. Ainsi, un jeune judoka pourra être le « senpai » (aîné) d'un senior, qui lui sera alors son cadet (« kôhai ») et apprenti. Cette coutume fait des Japonais, des tuteurs légitimes et garants de la bonne transmission d'expériences.



// L'AVIS DE L'EXPERT : JEAN-JACQUES AMYOT

Jean-Jacques Amyot, psychosociologue, directeur de l'OAREIL, organisme de gérontologie Bordeaux-Aquitaine, écrivain et consultant, nous donne son avis sur la question de l'intergénérationnel.



Comment êtes-vous devenu intervenant au sein du Master C&G et pourquoi vous semble-t-il important de le faire ?

Le Master senior n'existait pas au départ, c'était un Master jeunesse et l'équipe qui travaillait dessus m'a demandé de l'aider à ouvrir un parcours senior. J'ai trouvé ce projet intéressant car je trouve qu'il y a peu de travail fait. On communique très mal de manière générale sur le secteur gérontologique, un peu mieux sur le secteur senior parce que c'est vrai qu'il y a tout un tas de prestations et de produits un peu spécialisés, mais je trouve que c'est encore bien difficile autour de cette question.

« Quand on met en place une action d'intergénération, on met en évidence le problème de l'âge alors qu'on voudrait le gommer »

Que pensez-vous de la question de l'intergénération ?

C'est le rêve de toute société d'imaginer un mélange harmonieux des genres, des âges etc. Sur l'intergénération j'ai un point de vue très simple : je pense qu'il ne suffit pas de regrouper des gens parce qu'ils ont des âges différents pour que quelque chose se passe. Je pense que c'est le contraire, c'est parce qu'on a quelque chose à partager qu'à ce moment-là, l'âge ne fait plus obstacle.

On a monté un club de photo à l'Université du Temps Libre (UTL) avec des retraités et des jeunes lycéens, et le jour où j'ai demandé à l'enseignant de faire

une conférence sur l'intergénération autour d'une table ronde, il m'a répondu qu'il ne faisait pas d'intergénération mais de la photo. Je pense que c'est vraiment l'idée centrale. A un moment donné, avec 60 ans d'écart, ils se tutoyaient et discutaient comme on peut discuter avec une personne du même âge car ils avaient une passion commune mais l'âge n'avait plus d'intérêt. Toute la difficulté est là. Quand on met en place une action

d'intergénération, on met en évidence le problème de l'âge alors qu'on voudrait le gommer. C'est le paradoxe absolu! Le problème est que lorsque l'on veut mettre en évidence l'intergénération, on met des gamins avec des vieux.

Non ! A l'UTL, quand un petit jeune de 60 ans vient s'inscrire alors qu'il y a des personnes de 80 ans, c'est aussi de l'intergénération puisque si on prend la définition de la génération au sens familial, certains pourraient être les parents des autres! Ça me paraît important de ne pas gommer ces générations intermédiaires. Ce qui me paraît utile et intéressant, ce n'est pas seulement deux générations mais la multiplicité des générations !

DEMAIN C'EST MAINTENANT

Le Master, plus qu'un simple diplôme, est également un véritable réseau de professionnels et sa fin marque le début d'entretiens et d'emplois dans lesquels chacun devra prouver sa valeur et sa motivation.

// REUSSIR SON ENTRETIEN

Obtenir son Master, c'est une chose. Trouver un emploi en est une autre ! Le caractère unique de ce Master ne faisant pas tout, petits rappels pour réussir un entretien d'embauche.



Avant l'entretien, il s'agit de se renseigner sur l'entreprise.

- * Les données institutionnelles: histoire, valeurs, données sociales et financières, organisation, politique RH, ses engagements (fondation, RSE), etc.
- * Les informations commerciales: produits/services, marché/parts de marché, contraintes et opportunités, réglementations, partenaires/actionnaires, etc.
- * Les actualités stratégiques: rachats/fusions, développements locaux/internationaux, plans sociaux, projets, etc.

Pendant l'entretien, attention à la gestuelle !

La communication non-verbale : silences, gestes, postures, expressions faciales, ton de la voix, rythme de l'élocution, vêtements... complètent le message auditif. Elle exprime les émotions, les sentiments, les valeurs. Cette communication renforce et crédibilise le message verbal lorsqu'elle est adaptée,

mais peut décrédibiliser ce même message si elle est ne l'est pas.

Les 3 commandements de la communication non-verbale:

1. Tes jambes et tes bras tu ne croiseras pas : les jambes croisées témoignent d'un manque de tolérance et de confiance, les bras croisés induisent une hostilité envers son interlocuteur
2. Ton corps tu ne balanceras pas: se balancer sur sa chaise traduit un sentiment de frustration et d'insatisfaction
3. Ta voix tu travailleras: chaque voix est unique, elle est l'expression la plus intime de la personnalité, il est donc indispensable de la travailler afin d'en optimiser la présence

Après l'entretien, on rappelle ou pas ?

L'entretien d'embauche ne s'arrête pas nécessairement à la porte de l'entreprise. Les recruteurs apprécient en général de recevoir un mail de « debriefing » après l'entretien. Ce mail sert à remercier l'interlocuteur, réitérer l'intérêt que l'on a pour le poste et permet de garder le contact. Quelques lignes suffisent à résumer notre motivation et le fait que l'on a bien compris les besoins de l'entreprise. En général, il est de bon ton de l'envoyer 48h après l'entretien, délai qui montre que l'on a pris un temps de réflexion.

// QUE SONT-ILS DEVENUS ?



Sophie VILLATTES, Promotion 2011.

Pourquoi avoir choisi ce Master ?

J'ai cherché une formation à la fois professionnelle et théorique. Et je l'ai surtout choisie par rapport à la spécialité seniors car c'était une approche originale et transversale. Ça m'a appris à me poser des questions, à m'interroger sur les attentes du public, à avoir une véritable méthodologie de travail, et à acquérir des automatismes

Un conseil pour les actuels et futurs étudiants du Master ?

Profiter des stages car c'est le point fort du Master, essayer d'en trouver un en accord avec son projet professionnel, c'est ce qui fait la différence par rapport aux autres candidats dans la recherche d'emploi.

Que fais-tu à présent ?

Je suis chargée de communication à la Mairie de Bassens. Je suis très polyvalente dans cette fonction, c'est très intéressant. C'est exactement ce que je voulais faire, je suis ravie !

Marine FIERFOL , Promotion 2013.



« J'ai effectué mon stage de fin de Master à l'Union Bordeaux Bègles, afin d'allier ma passion à mon projet professionnel. Il s'avère qu'ils étaient à la recherche de quelqu'un pouvant développer la communication et les actions envers l'enfance et la jeunesse afin d'attirer des familles entières au stade le week-end. Je suis plutôt bien tombée ! Je ferais donc un bilan extra-positif de mon stage ! J'ai décroché un CDD jusqu'à la fin de la saison 2013/2014, qui peut déboucher sur un CDI si tout se passe bien. Je m'occupe aujourd'hui, sur un premier mi-temps, de la scolarité des Espoirs du Centre de Formation et sur un deuxième mi-temps de la partie événementielle, communication et animation jeunesse ».

// L'ANNUAIRE DES « ANCIENS »

ANNUAIRE

Master professionnel
Communication & Générations

Edition 2014



On se demande souvent ce que sont devenus nos amis ou camarades d'université. L'annuaire des anciens du Master est fait pour découvrir tout ça! Il regroupe des informations concernant les nombreux étudiants qui ont fait, accompagnés de l'équipe enseignante, la réussite de cette formation. Vous pouvez vous en servir pour reprendre contact ou encore demander des précisions sur une entreprise dans l'optique d'une entraide professionnelle. L'annuaire est distribué aux étudiants en version numérique et consultable en version papier dans le bureau d'Agnès Pecolo (E103). De plus un groupe LinkedIn a été créé et permet d'échanger avec les professionnels anciennement étudiants au sein du Master, mais aussi de trouver des offres de stage ou d'emploi.

MA
I
O
N
Z
E
O
O

LE
CO
FFEE
FUNDERS
M
A
E

// COUP DE COEUR : LES CAFES SUSPENDUS

Depuis quelques mois les cafés suspendus font parler d'eux en France. L'initiative a pourtant vu le jour au début du 20ème siècle à Naples.

A la sortie de la guerre, beaucoup de Napolitains étaient sans le sou et ne pouvaient pas se payer un café. Solidaires, les habitants qui le pouvaient commandaient des cafés « sospeso » (« en suspens »), pour permettre à ceux qui n'en avaient pas les moyens de boire un café déjà réglé.

Des sites tels que coffeefunders.fr permettent de trouver les établissements qui proposent des cafés suspendus près de chez soi et indiquent combien sont en attente. Le concept repose sur la solidarité et non la charité, car « tout le monde peut avoir des fins de mois difficiles » explique Amira Déverchère, patronne

du Kerlune Café à Brest.

Cependant, si l'initiative semble plus que louable sur le papier, dans la pratique elle est à nuancer. En effet, dans certains établissements, les cafés suspendus s'accumulent sans que la demande soit présente.

Si vous êtes intéressé, sachez que nous avons testé et validé le café « Chez Fred » à Bordeaux. Vous pouvez également profiter des baguettes suspendues déjà en place dans certaines boulangeries.

Bref, les Âgités encouragent et aiment cette initiative.

Chez Fred : 19 Place du Palais, 33000 Bordeaux

Kerkune Café : 3 rue de la porte, 29200 Brest

A la recherche du pain perdu : 5 rue de la cours des aides, 33000 Bordeaux

// COUP DE GUEULE : L'AVENIR DES LETTRES MANUSCRITES

On le sait déjà, ce n'est pas parce que les jeunes sont friands des réseaux sociaux qu'ils n'écrivent et n'envoient pas de lettres.

On pourrait penser que la numérisation des lettres - notamment administratives - couplée à la montée en puissance des réseaux sociaux aurait définitivement fait oublier la correspondance, et pourtant...

Il serait réducteur de croire que les grands-parents sont seuls consommateurs de timbres poste pour envoyer les étrennes aux petits enfants.

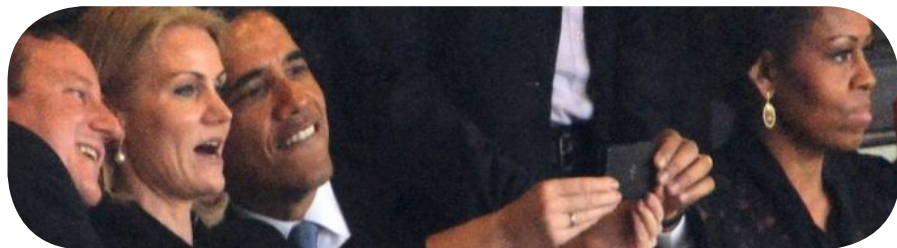
que nous avons été sages et que nous attendons quelques cadeaux bien particuliers sous le sapin. Devenus ados, nous ressortons notre plus belle plume pour le courrier des lecteurs de notre magazine préféré par exemple. Adulte, on envoie toujours des cartes postales depuis son lieu de vacances, ou pour fêter les anniversaires, naissances et mariages de nos proches.

Faire perdurer cette pratique, c'est le pari de l'entrepreneur Romain Neufcourt qui a lancé un site de rencontre épistolaire.

Dès tout petit, nous écrivons des lettres au Père Noël pour le prévenir

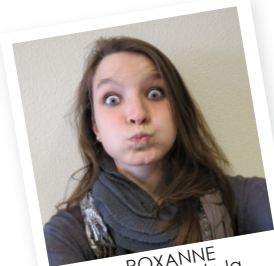
Bref, ne jetons pas tout de suite le papier à la poubelle !

JOUE LA COM' #BARACK



Le selfie de Barack Obama, David Cameron et la Première ministre danoise Helle Thorning-Schmidt, lors de l'hommage rendu à Nelson Mandela le 10 décembre dernier, n'est pas passé inaperçu.

L'équipe des Agités n'a pas résisté à l'envie de les imiter et vous présente, à bout de bras, son meilleur profil.



ROXANNE
Directrice de la
publication /
Rédactrice en Chef



ALEXANDRE
Rédacteur/Journaliste



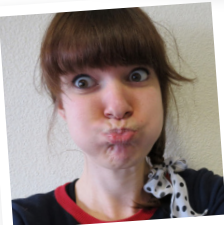
ELODIE
Rédactrice/Journaliste



MARIE
Rédactrice/Journaliste



MARINE R.
Graphiste/Journaliste



MARINE G.
Directrice artistique



SIMON
Graphiste/Photographe

SELFIE :
(Elu mot anglais
de l'année 2013)

Photo prise par soi-même, à bout de bras, avec son téléphone pour illustrer son profil sur les réseaux sociaux.

Directrice de la publication : Agnès Pecolet, Master Communication et Générations ISIC, Université Bordeaux Montaigne

Impression : Pôle Production Imprimée Université Bordeaux Montaigne

Dépôt légal : à parution, 1er trimestre 2014



PROMOTIONS 20|13 | 14



LE RENDEZ-VOUS



DU LUNDI 9H
AU VENDREDI 17H

- v SANDWICH CHAUD
- v SANDWICH FROID
- v HAMBURGER MAISON
- v PANINI
- v FRITES
- v PIZZA MAISON
- v SALADE...
- v DESSERT MAISON
- v BOISSON

