



# LES ÂGITÉS

*de la com'* #5

**LA REVUE DU MASTER**  
COMMUNICATION & GÉNÉRATIONS

**N°5- FÉVRIER 2016**

 Université  
BORDEAUX  
MONTAIGNE

MASTER  
*Pro*  
COMMUNICATION  
& GENERATIONS

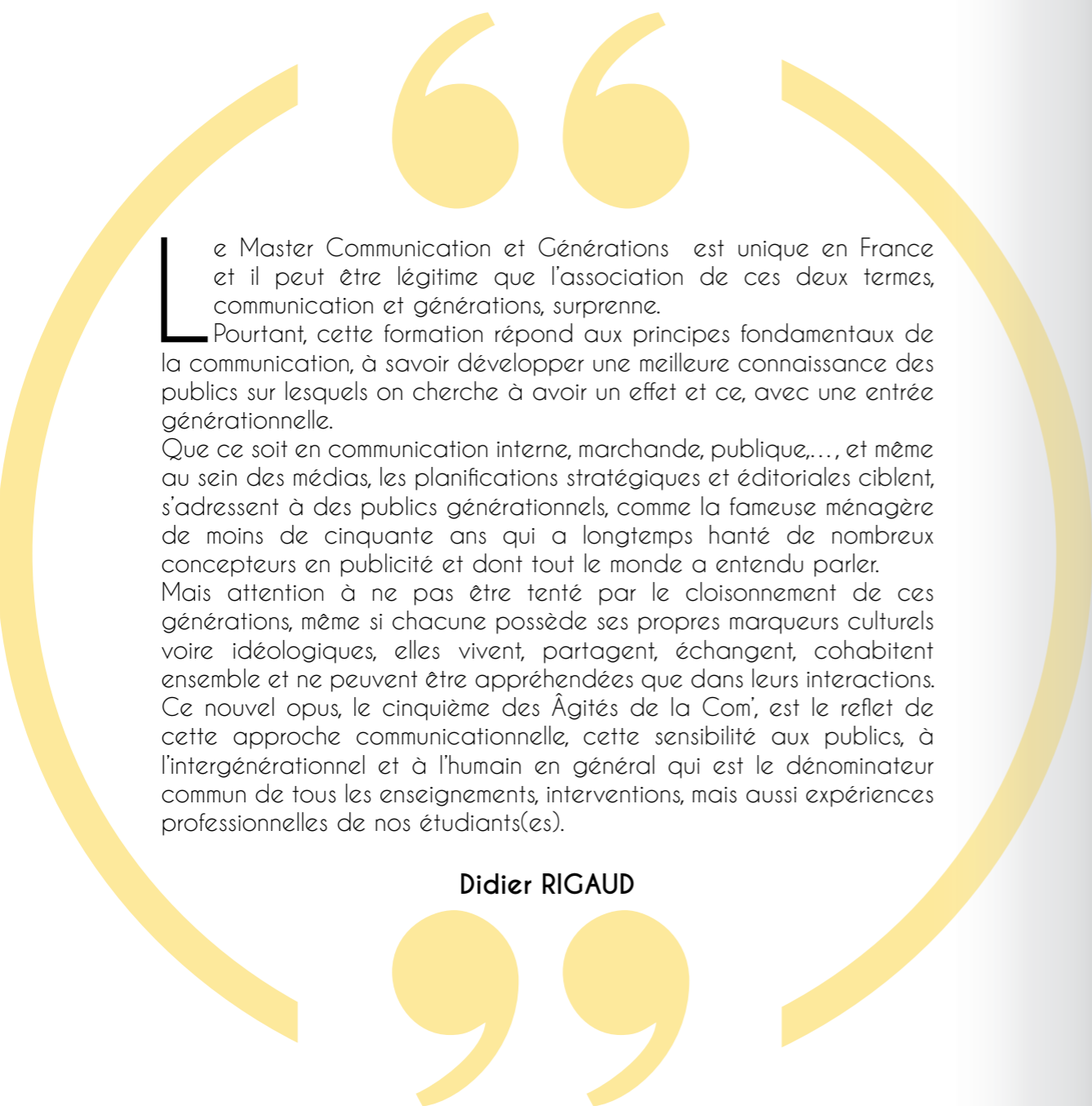




*Didier RIGAUD est Maître de conférences associé à l'université de Bordeaux Montaigne. Ancien directeur des communications en collectivité, il est actuellement consultant en communication publique pour Epiceum et intervenant au CNFPT. Il est par ailleurs associé à l'organisation des rencontres de la communication interne pour Cap'Com.*

Le Master Communication et Générations est unique en France et il peut être légitime que l'association de ces deux termes, communication et générations, surprenne. Pourtant, cette formation répond aux principes fondamentaux de la communication, à savoir développer une meilleure connaissance des publics sur lesquels on cherche à avoir un effet et ce, avec une entrée générationnelle. Que ce soit en communication interne, marchande, publique,...., et même au sein des médias, les planifications stratégiques et éditoriales ciblent, s'adressent à des publics générationnels, comme la fameuse ménagère de moins de cinquante ans qui a longtemps hanté de nombreux concepteurs en publicité et dont tout le monde a entendu parler. Mais attention à ne pas être tenté par le cloisonnement de ces générations, même si chacune possède ses propres marqueurs culturels voire idéologiques, elles vivent, partagent, échangent, cohabitent ensemble et ne peuvent être appréhendées que dans leurs interactions. Ce nouvel opus, le cinquième des Âgités de la Com', est le reflet de cette approche communicationnelle, cette sensibilité aux publics, à l'intergénérationnel et à l'humain en général qui est le dénominateur commun de tous les enseignements, interventions, mais aussi expériences professionnelles de nos étudiants(es).

Didier RIGAUD



Le Master Communication et Générations, formation de l'UFR STC (Sciences des Territoires et de la Communication) de l'université Bordeaux Montaigne, s'attache à transmettre aux étudiants une véritable connaissance des publics, notamment autour d'une approche générationnelle. Cette formation, unique en Europe, permet aux étudiants de se spécialiser autour de ces publics sans pour autant s'enfermer, grâce à la variété des secteurs et fonctions représentés. Elle est articulée autour d'enseignements universitaires et professionnels, et favorise notamment les actions de communication et les diagnostics sur le terrain en collaboration avec les partenaires professionnels.

# Sommaire

Les actus

Dossier

Chronique  
d'une M1

Légèreté

Zoom

Projets  
du  
Master

En action

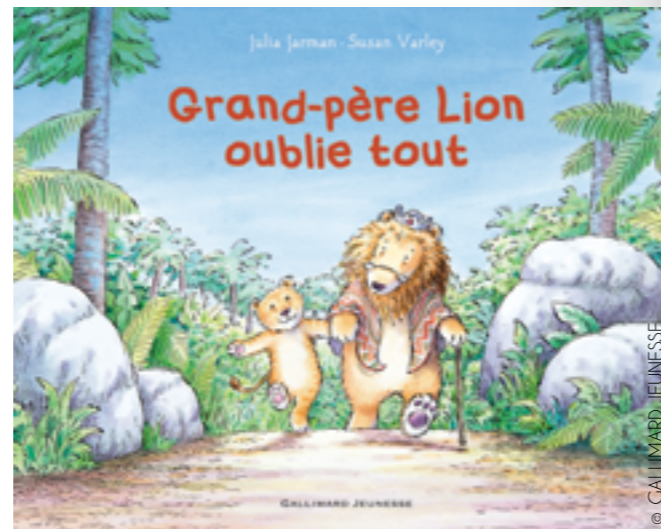
La strip BD

# RACONTE-MOI LE MONDE

Les éditions Gallimard Jeunesse viennent d'éditer fin 2015 *Grand-père Lion oublie tout*, une bande dessinée de Julia Jarman et Susan Varley qui explique aux tout-petits la maladie d'Alzheimer, par le biais d'un vieux lion qui perd la mémoire. L'occasion de revenir brièvement sur ces albums aux sujets sensibles qui animent particulièrement auteurs, éditeurs et parents.

## Des albums simples pour des sujets difficiles

Les libraires et bibliothécaires sont souvent confrontés à des demandes de livres pour enfant sur des sujets dits difficiles. Il faut dire que l'édition jeunesse ose enfin aborder aujourd'hui des thèmes qui n'auraient jamais été traités auparavant : la prison, l'homosexualité, les abus sexuels, la mort... D'ailleurs, outre-Atlantique, il semblerait que l'on soit sidéré de voir ce que nous, Français, faisons lire à nos enfants. L'adulte, selon la conception anglo-saxonne, serait en effet prompt à croire que les enfants n'ont pas de questionnements graves sur le monde. Les éditeurs et auteurs français sont plus audacieux et se sont emparés de cette demande prégnante des parents et éducateurs. Ils font même preuve de beaucoup d'imagination dans ce domaine, utilisant jeux et procédés graphiques divers et variés. Le tout, toujours dans la simplicité à la fois dans un souci d'accessibilité mais aussi afin de parvenir à un niveau d'expression qui puisse être partagé pleinement avec l'adulte.



## Grand-père Lion oublie tout, zoom sur Alzheimer

Selon la Fondation pour la Recherche Médicale, 900 000 personnes seraient aujourd'hui atteintes d'Alzheimer en France. Outre les difficultés que rencontrent les malades, cette pathologie est de celles qui se répercutent sur la vie des proches, notamment des enfants et petits-enfants, qui ne comprennent pas toujours pourquoi leurs papys ne les reconnaissent pas et laissent tout brûler sur le feu. Le fait est qu'il n'est pas toujours simple d'expliquer aux tout-petits que leur grand-père ou leur grand-mère est malade.

C'est dans ce contexte que les éditions Gallimard Jeunesse ont publié *Grand-père Lion oublie tout*, une petite bande dessinée qui a pour vocation de faire comprendre aux plus jeunes cette pathologie neurodégénérative qui, parfois, touche les personnes âgées (mais pas que). En plus d'évoquer le quotidien des victimes d'Alzheimer, l'histoire présente à l'enfant une issue positive : Léonard, le petit héros, part à la recherche de solutions pour aider son grand-père et fait triompher les liens qui unissent un grand-père à son petit-fils. Une belle ode aux relations intergénérationnelles, entre autres !



# LICENCES TRANSGÉNÉRATIONNELLES: STAR WARS

L'année 2015 a vu la sortie du très attendu premier volet de la troisième trilogie de la saga, réalisé par JJ Abrams et intitulé *Star Wars Épisode VII : Le réveil de la Force*. L'occasion de revenir sur une licence qui sait toucher petits et grands depuis bientôt quarante ans.

## Un succès « galactique » qui perdure

Luke, je suis ton père. Voilà cinq mots qui ont marqué à tout jamais l'histoire du cinéma. Fans ou non, connaisseurs ou non, la plupart des gens sauront à quoi vous faites référence à travers cette simple réplique et ce, toutes générations confondues. *Star Wars*, *La guerre des étoiles*, est en effet une saga mondialement connue et reconnue. Le premier volet est sorti en 1977, le septième en 2015. Pratiquement quarante années séparent ainsi la première trilogie de la troisième amorcée avec l'Épisode VII. Ce succès perdure à travers les décennies, et génère toujours des milliards de bénéfices. Il a fallu moins d'un mois à *Star Wars Épisode VII : Le Réveil de la Force* pour devenir le plus gros succès de l'histoire aux États-Unis avec pas moins de 761 millions de dollars au box-office, passant devant *Avatar* de James Cameron. En France, il s'agit de l'épisode qui a généré le plus d'entrées. Pas mal après 10 ans de « silence » ! Ce qui fait ainsi sa « Force » si l'on peut dire, c'est son caractère transgénérationnel.

## Trans quoi ?

On dit d'une marque, d'une licence qu'elle est transgénérationnelle lorsqu'elle parvient à toucher plusieurs générations, à « traverser les générations »<sup>1</sup>. Elle devient alors un élément de repère puisqu'on va la trouver à la fois dans l'espace à travers ses divers produits, supports, et dans le temps. Elle devient une sorte de fil conducteur à travers les générations, au sein des familles notamment. Et en effet dans le cas *Star Wars*,

il arrive bien souvent que les parents, fans à l'origine, transmettent la « passion *Star Wars* » à leurs enfants. Les produits dérivés sont ainsi divers et variés afin de toucher tout le monde, des plus classiques (DVD, livres) aux plus inattendus (salières et poivrières en forme de Dark Vador...). Et bien entendu, les jouets ne sont pas en reste. Le Danois Lego bénéficie des accords de licence avec le réalisateur George Lucas depuis les années 1990. Avec le rachat de la franchise par les studios Disney,



autre grande figure des produits dérivés, d'autres accords ont été passés avec Hasbro, Jakks Pacific et Rubie's notamment afin de surfer sur la sortie de l'Épisode VII. Ce qu'il faut noter, c'est que ces jouets, contrairement à ce que l'on pourrait penser, sont loin de s'adresser uniquement aux enfants.

Comme l'explique Frédérique Tutt, expert du marché mondial du jouet pour NPD Group, « *Star Wars* a toujours été plébiscité par un public très large, mêlant aussi bien des collectionneurs adultes que des enfants ». Et on doit bien le reconnaître, même nous, à la rédaction des *Âgités*, on aurait bien voulu un petit BB8 pour Noël... Ainsi, le succès de *Star Wars* perdure au fil des générations, comme en témoigne l'incroyable score au box-office de l'Épisode VII. Le secret d'une telle réussite ? La stratégie marketing et commerciale extraordinaire développée par Disney évidemment. Mais aussi probablement des valeurs universelles, autour de la transmission et de la quête de soi, et du bien qui triomphe toujours du mal. Un peu manichéen sans doute, mais en temps de crise il est toujours bon de rêver un peu, quelque part, dans une galaxie lointaine... »

<sup>1</sup> : HEILBRUNN, Benoît, « Les marques transgénérationnelles », *Décisions Marketing*, 1999, volume 8, p.81-84



### Le robot, quelques points sur son origine

Le mot « robot » provient de la langue tchèque, « robota » signifie alors « travail forcé ». C'est en 1942, dans l'œuvre d'Isaac Asimov « Les robots », que le terme de « robotique » est apparu pour la première fois. Avant de tenter de définir la place du robot dans notre société contemporaine, il convient dans un premier temps de donner une définition de ce qu'est un robot. Est-ce une machine ? Dans ce cas, la cafetière est-elle un robot ? En quelques mots, il existe une différence entre une simple machine et un robot. La première n'est qu'électronique et mécanique. Le second, quant à lui, dispose en plus de ces

composantes d'une notion de pensée. Son code évolué lui permet de s'extraire de son logiciel et de ses fonctions de base. Il est capable d'imiter les actions d'une créature intelligente et de créer des comportements nouveaux. Au cours de l'Histoire, nous pouvons distinguer trois types de robots que l'Homme a créés : l'automate programmé à l'avance et capable de réaliser des actions répétitives, les robots équipés de capteurs (les sens du robot) qui leur permettent de s'adapter à leur environnement et les robots dotés d'une intelligence artificielle émergente, reposant sur des modèles mathématiques complexes.

### Le robot dans l'éducation auprès des enfants

Les robots humanoïdes ont récemment trouvé le chemin de l'école. Utilisés comme interface pédagogique, ils peuvent se présenter comme des éducateurs spécialisés ou objets d'initiation à la programmation auprès des jeunes générations.

C'est le cas en Grèce où la chercheuse, Anastasia MIRSILI a mené une étude portant sur le développement d'une stratégie d'enseignement des sciences et des mathématiques par un travail d'investigation des enfants. Elle démontre également les avantages de la robotique pédagogique dans les écoles maternelles, en s'appuyant sur la programmation du jouet Bee-Bot qui doit se déplacer dans la classe grâce à l'écriture d'une programmation de type LOGO : avancer-reculer-tourner. Cette étude a permis à l'enseignant d'observer que les enfants développent ainsi leurs compétences relatives à la pensée algorithmique et à la résolution de problèmes. Le robot apparaît alors comme un moteur d'évolution pour la pédagogie spécialisée et traditionnelle.

### Le robot : compagnon des seniors de demain

Pour mieux vieillir, les seniors doivent se sentir en sécurité chez eux et y rester autant que possible. Ce qui leur paraît

rassurant de prime abord, leur maison, peut devenir très vite un environnement à risque. Aujourd'hui, le robot intelligent à domicile existe pour leur faciliter la vie.

Présenté comme l'une des stars au Salon des Seniors du 9 au 12 avril 2015 à Paris, Buddy se montre comme un compagnon idéal qui s'adapte à la population vieillissante. Considéré comme l'un des robots des plus avancés dans son domaine, le petit droïde se commande à la voix et permet dans un premier temps d'informer son acquéreur des dernières nouvelles puisées sur les réseaux sociaux, pour rester « in » comme pourraient l'affirmer certains.

Cependant, Buddy a été conçu spécialement pour accompagner les personnes plus ou moins âgées au sein de leur foyer car il peut également servir de rappel pour la prise des médicaments, détecter un départ de feu, et va même jusqu'à alerter un proche en cas de chute grave. Mais surtout, plus qu'une machine domestique, le petit robot Buddy « doit devenir un outil de lien social dans la famille » selon Hervé Sauzin, commissaire du Salon des Seniors. Il a été conçu pour faire plaisir à tous : il peut faire un quizz avec un enfant, lui lire une histoire, faire un bisou si on lui touche la joue, diffuser de la musique, se lancer dans une partie de Scrabble... De quoi faire partie intégrante de la famille !

# DEMAIN, RÊVERONS-NOUS TOUS DE MOUTONS ÉLECTRIQUES ?

Les robots sont présents dans les films, les livres, le programme scolaire des enfants dès leur plus jeune âge pour les initier à la programmation et, enfin, auprès des seniors. Jusqu'où la robotique peut-elle aller ? Qu'en est-il de la relation entre les humains et les robots à l'heure où ces derniers occupent une place de plus en plus importante au sein de notre société ?





### Les robots, alliés ou menaces pour l'homme ?

Les robots ont été très présents durant toute l'année 2015 sur le grand écran, permettant ainsi d'alimenter l'imaginaire des petits comme des plus grands. Nous pouvons citer par exemple :

**Big Hero 6** sorti en février 2015, dans lequel le robot Baymax a été conçu pour soigner et prendre soin des autres. En réalisant un simple scan, il est capable d'effectuer un diagnostic complet d'un humain, et en fonction du seuil de douleur du

patient, il peut soulager pratiquement toutes les souffrances et soigner quasiment toutes les maladies.

**Chappie**, sorti en mars 2015. Chappie est un droïde policier dans un futur proche où la population est entièrement opprimée par une police robotisée. Lorsque Chappie se fait kidnapper, il se fait reprogrammer et devient le premier robot capable de penser et ressentir par lui-même. Mais des forces puissantes, destructrices, considèrent Chappie comme un danger pour l'humanité et l'ordre établi.

**Ex-Machina**, sorti en juin 2015, met en scène un brillant programmeur et ses interactions avec le représentant d'une nouvelle intelligence artificielle apparaissant sous les traits d'une très jolie femme robot prénommée Ava.

**Terminator Genesis**, sorti en juillet 2015 avec John Connor, leader des hommes contre les machines qui représentent une menace contre l'humanité. La lutte entre hommes et machines est au centre de l'intrigue. Tantôt redoutable, tantôt alliée, la machine n'est pas mauvaise, c'est son usage qui l'est.

**Star Wars**, sorti en décembre 2015 : BB8, le dernier venu parmi les droïdes de la saga Star Wars, revêt un rôle très important dans l'Épisode VII. Il détient en sa possession une partie de la carte permettant de retrouver Luke Skywalker et est de ce fait recherché de tous côtés. Il est heureusement du bon côté de la force !

### Le robot comme partenaire ?

La littérature et le cinéma explorent depuis des années la relation entre l'homme et le robot. De l'affection, voire une certaine forme d'amour, semble aujourd'hui pouvoir se dessiner entre les humains et leurs homologues artificiels humanoïdes.

Dans *Le jour où mon robot m'aimera*, paru dans les librairies en septembre 2015, Serge Tisseron nous pousse à réfléchir et à préparer les futures générations au monde de demain face aux robots : ce n'est pas de la science-fiction. Préparez-vous. Une chercheuse britannique, Kate Darling, a même prophétisé que les relations sexuelles et amoureuses avec les robots pourraient devenir normales dans le futur. Selon Serge Tisseron, « Bientôt certains d'entre eux auront une apparence humaine, déchiffreront nos émotions, nous parleront et pourront même nous manifester de l'affection voire de l'amour ». Avons-nous envie, en tant qu'être humain, d'oublier que c'est « pour de faux » pour être heureux ?

Pour aller plus loin : *A.I., Intelligence artificielle* de Steven Spielberg sorti en 2001 et *Her* de Spike Jonze en 2014 sont deux grands films qui explorent les relations sentimentales que les humains peuvent entretenir avec des robots.

### Quel avenir pour les robots de demain ?

Les recherches en robotique avancent actuellement à pas de géant. Peu à peu les robots commencent à investir massivement notre quotidien et récemment les médias nous laissent penser qu'ils pourraient nous remplacer sur le marché du travail à l'avenir. Le pire reste-t-il à craindre ? Ou au contraire seront-ils nos meilleurs alliés ?



# PLAYMOBIL, LEGO : quand les jouets font carrière au cinéma

« En avant les histoires ! » Playmobil fait son entrée dans le 7ème Art avec l'adaptation cinématographique de ses célèbres figurines, prévue pour 2018. Cette annonce, dévoilée par le magazine américain Variety, fait écho à la marque Lego qui s'est lancée dans le cinéma en 2013.

Playmobil ou Lego ? L'un est allemand, l'autre danois. L'un serait davantage adapté à des créatifs, l'autre à de futurs ingénieurs. L'un frôle les 600 millions de chiffres d'affaires (2014), l'autre dépasse les 3 milliards. Malgré les oppositions, les deux fabricants jouent souvent dans la même cour et l'un de leurs nouveaux terrains de jeu n'est autre que... le cinéma.

Suite à la sortie de *La grande aventure Lego*, la marque éponyme avait vu ses ventes progresser de 11% début 2014. Pas étonnant que son éternel concurrent Playmobil souhaite investir le monde des salles obscures. Intitulé *Playmobil : bandits, voleurs et rebelles*, le film sera le premier opus d'une trilogie. Le fabricant semble déjà prédire un fort succès, et il a probablement raison.

Présentes dans plus de 100 pays, les figurines remplissent les chambres d'enfants (ou d'adultes...) depuis plus de 40 ans. Objet de transmission, beaucoup de parents achètent les produits qui ont marqué leur propre enfance. On imagine alors facilement les parents accompagner leurs bambins avec plaisir dès la sortie du film.

C'est pourquoi le film Lego, qui visait principalement les enfants, offrait aussi de nombreux clins d'œil aux adultes avec des références aux héros de DC Comics.



Sur le Net, les réactions des « grands » spectateurs étaient néanmoins nuancées, du « c'est un rêve d'enfant qui se réalise » au « j'ai été déçu » (il en faut toujours !). L'industrie du jouet qui « squatte » le grand écran, avec le produit en rôle principal, ce n'est pas nouveau. La pratique remonte aux années 1980, notamment avec *Transformers* du groupe Hasbro. Aujourd'hui, le phénomène a pris de l'ampleur. Les leaders des jouets utilisent de plus en plus le cinéma comme outil de visibilité médiatique et de développement commercial. Face aux

bénéfices du cinéma engendrés sur la vente des jouets (et vice-versa), Playmobil aurait tort de ne pas s'aligner sur ses concurrents, d'autant que la marque a une forte identité auprès d'âges et générations différents, susceptibles

d'être de futurs spectateurs. Toutefois, la publicité est déjà très, voire trop, présente au grand écran à travers les spots publicitaires et les placements de produits. Mais quand les jouets préférés des enfants deviennent des stars du cinéma, c'est le film lui-même qui devient une publicité. Dans cette optique, le cinéma garde-t-il toujours un rôle de divertissement ? Quelles sont les limites des marques ?

Après *Transformers*, Lego et bientôt Playmobil, qui sera le prochain sur le tournage ? Sophie la girafe ?

Ludivine Delassalle

## LES DOIGTS DE PIEDS EN ÉVENTAIL

Les doigts de pieds en éventail, c'est quoi ? Eh bien c'est une rubrique de réflexion sur des sujets générationnels, sur le ton d'une discussion entre amis, l'été au bord de l'eau, avec un cocktail et les doigts de pieds en éventail !

### Y'a plus d'saisons !

Tiens, voilà bien un truc que disent les anciens. Nous les jeunes on a oublié cette expression. On dit plutôt « beau temps pour la saison ? » avec un air tantôt désespéré, tantôt ironique. C'est vrai, faut avouer, en 2015 on a été gâtés, un été chaud, un hiver... qu'on attend toujours. Il paraît que c'est la plus chaude année depuis qu'ils font des relevés ! Eh bien je ne sais pas, en tout cas moi j'ai

passé le nouvel an en chemise, dehors. La base quoi ! Bon après en novembre il a fait frais quand même. De mémoire de nos (grands-) parents, l'adage « Noël au balcon, Pâques au tison » ne s'est pas toujours vérifié. Je me dis que, quand même, on a peut-être notre coup à jouer. Nos parents et grands-parents, ils savaient pas. Je veux dire pour le réchauffement et tout. Nous on sait que ça existe.

Ouais on peut discuter des détails, mais l'idée elle est là. Du coup je pense qu'avec un peu de bonne volonté et quelques idées, on peut peut-être changer les choses. À notre échelle tu vois, quelques habitudes à changer, et peut-être que nos gosses auront une planète plus cool. Mais du coup on se retrouve à faire la transition, et ça c'est galère. En attendant, vivement un bel été !

### Norman fait des quoi ?

Teh, encore un dernier truc : les « youtubeurs ». C'est un peu ce que je disais juste avant, c'est un truc que nos anciens ne comprennent pas, que nous on gère pas mal et que la « génération Z » prend frontalement. Ces « stars » - Norman, Cyprien et autres Jérémie -, nous, on les a vues éclore, grandir et devenir de vraies célébrités, qui font mieux que la TV. Mais le truc, c'est que nos parents et a fortiori nos grands-parents, bah pour eux, c'est juste incompréhensible. Pourquoi ? Parce que je



pense qu'ils ont du mal avec le principe du « je raconte ma vie dans ma chambre et j'en vis », pour eux, c'est pas du vrai travail. Les Z eux, ils les prennent comme des modèles, et sont hyper fans de ces vidéastes. Nous, les Y, par contre, on est plus mesurés, on aime bien, on se rend compte du boulot qu'il y a derrière mais sans plus. C'est drôle non ? Je trouve que ça permet de bien voir la différence entre les générations, c'est tout simple, mais révélateur.



“Ils sont allés dans des bars, des salles de concert, quand on regarde la moyenne d'âge des gens qui se sont fait tuer, on peut penser que la jeunesse a été visée... Mais c'est un mode de vie aussi je pense, ceux qui sortent...”

# GÉNÉRATION(S) BATACLAN

Quelques mois après les attentats de Charlie Hebdo qui avaient coûté la vie à 12 personnes, Paris a encore une fois été le théâtre d'événements tragiques et meurtriers. Stade de France, terrasses de restaurant, salle de concert... La jeunesse était-elle la cible de ces actes odieux ? Peut-on parler d'une génération Bataclan ?

## L'événement le plus meurtrier en France depuis la Seconde Guerre mondiale

13 novembre 2015. 21h15, les bars et restaurants du 10<sup>ème</sup> et du 11<sup>ème</sup> arrondissements sont remplis d'individus venus en cette fin de semaine se détendre autour d'un verre. D'autres ont choisi d'aller voir un concert au Bataclan. La France joue contre l'Allemagne. Un vendredi soir banal à Paris. 21h20. Bruits d'explosion. Tout a changé. L'atmosphère festive et bon enfant a fait place aux cris, à l'affolement, et au désespoir.

13 novembre 2015, une série de fusillades et d'attaques-suicides meurtrières vient d'être perpétrée à Paris. La première attaque s'est déroulée à Saint-Denis, près du Stade de France. Trois terroristes se sont fait exploser. Puis ont suivi des attaques dans plusieurs rues des 10<sup>ème</sup> et 11<sup>ème</sup> arrondissements. Enfin, dans la salle de spectacle du Bataclan, alors que 1 500 personnes assistaient au concert du groupe de rock américain Eagles of Death Metal, trois individus ont ouvert le feu sur le public. Le bilan après cette nuit : 130 morts et 352 blessés. Un bilan lourd que l'on n'avait pas connu sur le territoire français depuis 1945.

Quelles sont les raisons de ces tragiques

événements ? « C'est un acte de guerre commis par une armée terroriste, Daech » déclare François Hollande la nuit même. C'est l'intervention française dans le conflit syrien qui est avancée par cette organisation terroriste islamique pour justifier ces actes. L'état d'urgence a alors immédiatement été décrété, tous les individus à l'origine de ces attaques terroristes ont été traqués par la police et le président de la République a rencontré les grands dirigeants mondiaux afin de s'unir pour « détruire Daech » dans ses fiefs de Syrie et d'Irak. Parallèlement à cette vive réaction, c'est une vague de chagrin et de deuil qui s'abat sur toute la France, rendue plus vivace encore en raison de la jeunesse de beaucoup des victimes...

## Des Générations Bataclan

« Ils étaient la jeunesse de la France » a déclaré François Hollande lors de l'hommage national rendu le 27 novembre 2015 aux victimes des attentats de Paris. Prenons un peu de recul : la jeunesse était-elle réellement visée lors des attaques du 13 novembre ? Compte tenu des lieux où les événements se sont produits et des victimes, souvent jeunes (une triste moyenne d'âge de 35 ans), on peut en effet se poser la question. Mais était-ce la jeunesse ou un mode de vie qui était visé ?



“Ce sont des événements qui sont assez déplorables et ce ne sont pas des choses qui devraient arriver, que ce soit en France ou dans n'importe quel pays. C'est vraiment triste de voir ce genre d'actions. Au Bataclan il y avait des personnes de tout âge, et durant le match de football aussi. C'est vraiment la France dans ses valeurs qui a été touchée, il n'y avait pas d'âge distinct.”

Les lieux frappés étaient des lieux emblématiques de la vie parisienne et de la consommation culturelle occidentale. C'est une forme de liberté, de convivialité, d'échange qui a été attaquée. Le choc pour une génération qui a grandi dans une certaine ouverture culturelle et d'esprit, et qui ne croyait déjà pas aux attentats contre Charlie Hebdo. Par ailleurs, la jeunesse est porteuse d'espérance, elle incarne la société en devenir. En la "ciblant", les terroristes ont donc doublement fait mal à la France. Mais la jeunesse n'est pas uniquement victime. Elle est aussi bourreau. Tous les djihadistes étaient jeunes...

## Résistance

Résistance qui n'est pas sans rappeler celle d'une partie de la jeunesse française durant la Seconde Guerre mondiale, ou plus récemment celle de la jeunesse israélienne. Preuve s'il en fallait, la jeunesse, de France et d'ailleurs, est loin de se désengager ! Les jeunes, mais pas seulement, se sont immédiatement mobilisés. Dans les minutes qui ont suivi les fusillades, ils étaient déjà des milliers sur les réseaux sociaux, qui ont une fois de plus joué un rôle capital dans la diffusion de l'information. Certains ont lancé des appels au secours, d'autres y ont répondu, notamment en proposant aux rescapés un logement via le hashtag #porteouverte.

Dès le lendemain, et ce malgré l'état d'urgence et l'incitation à rester chez soi, ils étaient très nombreux à venir rendre hommage aux victimes sur les lieux du massacre, manifestant davantage que les autres générations une envie de résistance : « On ne va pas arrêter de sortir », « on ne va pas changer de mode de vie ». De même, dans les jours qui ont suivi, les rassemblements ont été nombreux : à Paris, via l'opération « Tous au Bistrot », comme ici, à Bordeaux Montaigne, où des centaines d'étudiants se sont tenus la main, chantant en chœur la Marseillaise et revendiquant les valeurs et les couleurs de la République, sans distinction politique aucune.

Trois mois après l'horreur, nous sommes toujours là. Paris a tremblé, la France s'est levée, le monde entier a réagi. Trois mois plus tard, rien n'est fini. Toutes nos pensées vont vers ceux qui ont injustement perdu la vie. Le deuil, la peine, la peur sont encore là. Mais nous résistons. Nous devons résister. La terreur ne doit pas gagner. Nous sortons, nous rions, nous flânonnons en terrasse, nous assistons à des concerts et à des matchs. Nous résisterons. Encore et toujours. ▶

“On se sent plus patriotes, beaucoup plus rattachés à la France, on se dit que tout peut arriver, on est Français (on est Françaises aussi !), on prend conscience des valeurs de la France et on se mobilise pour la France.”



PHOTOS JULIA SVADIER

# Côté Master 1

## La conférence Talence

Comme chaque année, le Service Jeunesse de la ville de Talence met en place, en partenariat avec le Master Communication et Générations, une conférence destinée aux familles qui permet d'aborder avec l'aide d'un conférencier reconnu une thématique qui les préoccupe. Elle est gratuite et sur inscription. Cette année, en présence du psychiatre Serge Hefez, la conférence portera sur « La (im)possible autorité : faire face à son adolescent ». En effet, la question de l'autorité est aujourd'hui une préoccupation majeure pour les parents, et il s'agira de questionner les mutations opérées ces dernières années autour de

cette autorité parentale. Le rôle des M1 pour cette conférence ? Une équipe, encadrée par l'enseignante Marie-Laurence Pouey, est chargée des relations presse afin de promouvoir la conférence et une autre, encadrée par Agnès Pecolo, s'occupe de réaliser l'introduction de la conférence. Par ailleurs, cet événement est également l'occasion de réaliser un travail graphique puisque tous les M1, en petits groupes, ont été chargés d'élaborer une proposition d'affiche. Nous vous donnons donc rendez-vous le 10 mars au Dôme de Talence pour découvrir ce que les M1 nous ont préparé !

## Le projet « Stop aux clichés »

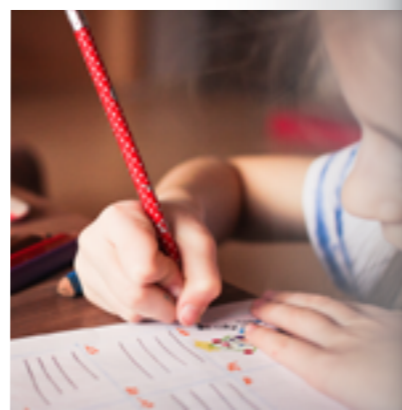
Portée par cinq partenaires, l'Anacej, Animafac, le collectif Arrêtez de nous mettre dans vos cases !, Jets d'encre et le Réseau national des Juniors Associations, « Stop aux clichés » est une opération qui a pour but de lutter contre les stéréotypes ancrés à l'égard des jeunes afin de changer le regard porté sur ces derniers. Ainsi depuis 2007, un jury de jeunes engagés dans les conseils, les Juniors Associations, les associations étudiantes, les missions locales et les journaux jeunes décerne un prix aux journalistes qui ont su donner la parole aux jeunes sans tomber dans le stéréotype. Les lauréats sont choisis parmi quatre catégories : « Presse en ligne », « Presse papier », « Télé » et « Radio ». Ainsi, il a été confié aux M1 du Master le soin de réaliser une veille informationnelle afin de repérer des contenus qui parlaient « jeunesse » au cours de l'année 2015, puis de réaliser une revue de presse. Ils ont ensuite présélectionné cinq contenus de chaque média et c'est désormais au jury du prix « Stop aux clichés » d'élire le meilleur !

## La Dictée Intergénérationnelle

Chaque année, le Pôle Senior de la Mairie de Bordeaux organise une Dictée Intergénérationnelle à destination des étudiants et des seniors de la ville. Il s'agit de mettre en place un événement intergénérationnel afin de favoriser la mixité et le partage entre générations. La réalisation de l'affiche qui promeut cet événement prévu pour le 15 mars est confiée aux M1 du Master. On devrait prochainement pouvoir admirer le fruit de leur travail dans les rues de Bordeaux !

## Le projet EHPAD<sup>2</sup>

Et comme les clichés ne concernent pas uniquement la jeunesse, les M1 sont aussi porteurs d'un projet visant les seniors. Ils ont en effet en charge la réalisation d'un plan de communication pour l'EHPAD de la ville d'Audenge (33). Il s'agit notamment d'inciter les habitants d'Audenge à participer aux événements créés par l'EHPAD, afin de montrer que la structure est aussi un lieu de vie, inséré dans son quartier et sa ville. Le but est véritablement de changer la vision que l'on peut avoir des EHPAD, qui sont bien souvent associés à des images peu positives (maladie, enfermement, mort) en insistant sur les moments d'échanges et de convivialité que l'on peut y vivre. Les M1, qui sait, donneront peut-être des idées à d'autres EHPAD pour les aider à changer leur image. Voilà qui serait un pari réussi !



# Côté Master 2

## La Palme de l'Initiative Intergénérationnelle

Depuis 2014, la Palme, remise par un jury d'experts et organisée par les étudiants en Master Com' Géné, récompense les initiatives intergénérationnelles provenant de toute la France et de Belgique. Ces dernières sont évaluées par les étudiants, qui, lors de la Cérémonie de la Palme, décernent alors le prix « Coup de cœur » pour celle qu'ils ont préférée. Puis le Jury remet la Palme au meilleur projet, qui remporte un accompagnement en communication par les futurs étudiants en Master 2. Quatre projets passionnants ont déjà été récompensés, et bien d'autres à venir ! Pour en savoir plus, rendez-vous sur [palme-intergenerationnelle.fr](http://palme-intergenerationnelle.fr).



## L'émission de radio « On va s'génè »

Nouvelle venue au sein du Master Communication et Générations, cette émission diffusée sur Radio Campus Bordeaux (88.1) traite de l'actualité sous un angle générationnel. Ce qui unit les cinq étudiantes à l'initiative de ce projet, c'est leur volonté de démêler la réalité des « clichés » concernant la génération Y tout en essayant d'en comprendre les origines et leurs éventuelles perspectives



d'évolution. Le résultat, ce sont des émissions de radio présentant une actualité de façon décalée et qui donnent directement la parole aux auditeurs. Un seul mot d'ordre dans ce projet : l'ouverture d'esprit ! La première émission a été diffusée le 5 décembre et la seconde, consacrée à la nostalgie, le 20 février. Elles sont disponibles en replay sur le site de Radio Campus.

## L'Annuaire des Anciens

Véritable bible, ce document contient les contacts mis à jour d'un maximum d'anciens étudiants du Master. Il s'agit donc d'aller chercher ces informations auprès des anciens pour enrichir l'Annuaire. Il sert aux nouveaux diplômés de base pour trouver un emploi ou simplement des contacts utiles. À l'instar des grandes écoles, le Master maintient ainsi un lien avec ses anciens. Mais ce n'est pas tout : l'équipe de l'Annuaire crée aussi des séances d'« Afterworks » où des anciens viennent rencontrer les nouveaux afin d'échanger autour des débouchés du Master, de leurs emplois etc. Mais ce n'est toujours pas tout ! Depuis l'année 2015 le projet de l'Annuaire est aussi devenu un moyen de renforcer les liens entre les 2 années de promotion afin de faciliter l'entraide et la communication. Tout un programme !



## Génération 4L

Génération 4L, association créée et gérée par les étudiants du Master, a pour but de lancer un équipage sur le « 4L Trophy », un rallye humanitaire qui se déroule au Maroc à bord d'une Renault 4L. C'est un réel défi pour les M2 qui se sont lancés dans l'aventure : le projet s'étale sur un an au cours duquel toute l'équipe doit réunir de l'argent afin d'acheter la 4L, les fournitures offertes aux enfants et bien sûr l'inscription. Réel projet à 360°, il leur permet de mettre en application tout ce qu'ils ont appris au cours des 2 années du Master. Grâce entre autres au Domaine de Beauvoir et à l'Université Bordeaux Montaigne, ils sont prêts à partir ! Mais toutes les bonnes choses ont une fin, la participation de l'association à cette course du désert sera la dernière. Elle est donc désormais ouverte à toute proposition de projet humanitaire !



Et bien sûr, nous... >> *Les Âgités de la Com' !*

<sup>2</sup>: Établissement d'Hébergement pour Personnes Âgées Dépendantes



# Les Com' Génés sur le terrain

Les stages représentent un moment important du Master. D'une durée obligatoire de 4 à 6 mois la première année et de 6 mois la deuxième, ils représentent l'occasion de s'immerger au sein d'un environnement professionnel afin de déterminer s'il nous convient ou non, et d'acquérir de l'expérience afin d'enrichir son CV.

Les structures au sein desquelles les étudiants du Master effectuent ces stages sont très variées : collectivités et missions de services

publics (mairies, conseils généraux, régionaux, EHPAD...), structures culturelles (théâtres, cinémas...), agences de communication, de publicité, médias (journaux, chaînes télévisées...), associations...

Ce moment de professionnalisation est très enthousiasmant, mais peut aussi générer du stress... Et si je ne trouve pas de stage ? Et si ça ne se passe pas bien ? Et si je me rends compte que ce n'est pas fait pour moi ?

Voici deux témoignages d'anciens étudiants pour vous rassurer !



## Promotion 2012-2014

### Quelles missions as-tu effectuées ?

J'ai effectué diverses tâches, allant de la conception, la coordination et la réalisation de dossiers, communiqués de presse, revues de presse et fichiers presse jusqu'à la gestion des contacts et supports média. J'étais également chargée de créer une veille sur les retombées presse, de contacter les journalistes pour les persuader de chroniquer nos ouvrages.

### Comment t'y es-tu sentie ? Est-ce que ça t'a donné envie de continuer dans cette branche ? Que fais-tu maintenant ?

J'ai d'excellents souvenirs de ce stage. L'ambiance était chaleureuse, les gens sympathiques. J'ai réussi à garder le contact avec mes anciens collègues qui sont devenus des amis. Cette expérience m'a confortée dans l'idée que l'édition est un milieu dans lequel je souhaite travailler. Malheureusement, il est difficile de trouver un poste d'attaché de presse en ce moment. Je travaille actuellement en tant que Community Manager bénévole pour une association qui a pour but de contribuer à l'autonomie des personnes en situation de handicap et les aider à accéder à la culture, au loisir, tout en continuant de postuler dans l'édition et dans le milieu culturel.

### Où as-tu effectué ton stage ?

J'ai effectué mon stage de M1 d'avril à septembre 2013 au sein des éditions Glénat en tant qu'assistante attachée de presse.

### As-tu éprouvé des difficultés à trouver ce stage ?

Pas du tout. J'ai envoyé une candidature spontanée via une adresse mail de contact sur leur site Internet un samedi soir de décembre. Le lundi, je décrochais un entretien. Quelques jours plus tard je signais ma convention de stage.

## Promotion 2014-2016

### Où as-tu effectué ton stage et en quelle année ?

Pour mon stage de première année (soit en 2015), je suis allée passer 4 mois au sein du service communication de la Ligue contre le cancer Gironde à Bordeaux en tant qu'assistante communication, puis j'ai effectué 2 semaines à temps complet en tant que bénévole communication. Depuis, je suis toujours bénévole pour l'association et travaille ponctuellement sur certains dossiers en tant que soutien !

### As-tu rencontré des difficultés à trouver ce stage ?

Oui et non. En fait, il s'agit d'une structure que je connaissais déjà très bien dans la mesure où j'avais déjà effectué 5 mois de stage l'année précédente pour valider mon bachelor en événementiel (sur le même poste d'assistant). Je souhaitais de tout cœur pouvoir y retourner car l'expérience m'avait beaucoup plu et j'étais très attachée à l'équipe et aux bénévoles. Néanmoins, j'avais tout de même entrepris de démarcher d'autres structures afin de diversifier mes expériences professionnelles. N'ayant pas réussi à trouver ailleurs, j'ai donc repostulé à la Ligue et j'ai tout de suite été reprise.

### Quelles missions as-tu effectuées ?

J'ai eu l'occasion de toucher à tous les leviers de communication de l'association allant de l'événementiel au Community Management en passant par la création print et la gestion de partenariats. J'ai également pu découvrir sur le terrain l'action menée au quotidien par le service prévention en participant notamment à des matinées de sensibilisation dans des classes de sixième. J'ai eu la chance de pouvoir m'épanouir et gagner en maturité dans cette structure qui m'a



donné la possibilité de gérer des dossiers en autonomie et de prendre des initiatives !

### Comment t'y es-tu sentie ? Est-ce que ça t'a donné envie de continuer dans cette branche ?

C'est une expérience qui a été des plus enrichissantes pour moi, tant sur le plan personnel que professionnel, puisqu'en cumulant 9 mois au total dans cette structure j'ai appris à prendre confiance en moi, à gagner en maturité et en autonomie et à développer mes compétences dans divers domaines. Le fonctionnement du milieu associatif m'a beaucoup plu de même que l'univers si particulier que représente la santé. A mon sens, travailler dans ce type de structure apprend à beaucoup relativiser sur notre quotidien et les petits tracas qui le composent. Être au contact de personnes en fin de vie, en cours de traitement, en pleine chimiothérapie, fait prendre conscience que la vie est courte et que tout peut basculer du jour au lendemain. C'est une véritable leçon de vie.

Aujourd'hui, mon « rêve ultime » serait de découvrir le monde de la rédaction en travaillant dans un magazine, par exemple. Néanmoins, je reste également sensible à tout ce que propose la communication et serais ravie de retravailler sur le même type de poste que celui occupé à la Ligue !

# La recette du mémoire des Loulous !



Après 1 an de Master...

Tricote tricote



On tricote la matière théorique et la matière empirique !

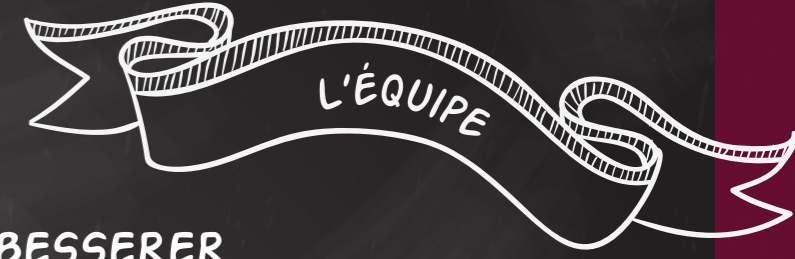
Après 2 ans de Master...

Vous comprendrez quand vous serez en Master Com' Généré !



Tadaam !

THI GREF



**ELINA BESSERER**  
RÉDACTRICE ET PRINCESSE DISNEY EN DEVENIR



**GUILLAUME COEYMANS**  
RÉDACTEUR ET TITRAILLEUR EN CHEF



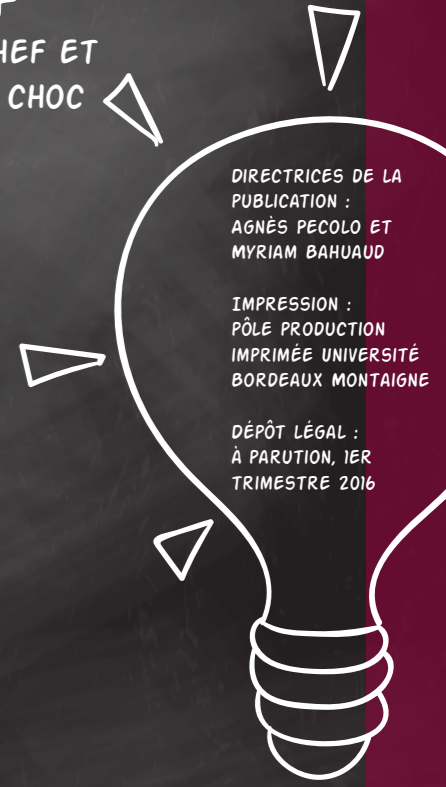
**JULIA SIVADIER**  
RÉDACTRICE, PHOTO-REPORTER ET HÉROÏNE DYSTOPIENNE EN DEVENIR



**THI GREF**  
RÉDACTRICE EN CHEF ET DESSINATRICE DE CHOC



**MARION SUREAU**  
GRAPHISTE ET MAQUETTISTE DE L'EXTRÊME



DIRECTRICES DE LA PUBLICATION :  
AGNÈS PECOLO ET MYRIAM BAHUAUD

IMPRESSION :  
PÔLE PRODUCTION  
IMPRIMÉE UNIVERSITÉ  
BORDEAUX MONTAIGNE

DÉPÔT LÉGAL :  
À PARUTION, 1ER  
TRIMESTRE 2016

# Promotion 2014-2016

