

**Compte-rendu de la réunion
du 5 avril 2011 (Domaine de Vert-Mont)
«Groupe Prospective Transition Energie et Société»**

Introduction

✚ Rappel du fonctionnement du *think tank* IDées par Alexandre ROJEY

- Présentation des quatre groupes de travail :
 - transverse ;
 - stockage de l'énergie ;
 - énergie et mobilité durable ;
 - prospective transition, énergie et société.

- Déroulé des réunions prévues :
 - anthropologie, énergie et société ;
 - l'énergie à l'horizon 2030 et au-delà ;
 - ruptures technologiques ;
 - aspirations et modes de vie : besoins en énergie ;
 - géopolitique de l'énergie : les mutations en cours ;
 - une vision globale des besoins énergétiques à long terme.

La prochaine réunion, consacrée à une prospective de la géopolitique de l'énergie aura lieu le 23 juin, avec comme intervenants : Jean-Pierre Favennec, professeur à IFP School, qui présentera une vision prospective d'ensemble et Isabelle Bocquillon (EdF) qui évoquera les conséquences de l'accident nucléaire de Fukushima au Japon

*La présentation Power point est disponible sur le site de la Fondation :
<http://www.fondation-tuck.fr/fondation-tuck-groupe-de-reflexion-idees.html>*

Exposés

- «La génération Y : marqueurs générationnels, valeurs et modes de vie»

Sandrine POPOVITCH

Consultante Marketing, Prospective et Innovation.

- Les sociologues, parmi lesquels Jean-Louis Excousseau, ont étudié la notion de génération et fait apparaître une génération comme une «cohorte démographique», qui, du fait qu'elle est née à un moment précis, influencée par des éléments marquants de son époque et par son éducation, partage les mêmes valeurs et présente une mentalité similaire. Cette mentalité et ces valeurs constituent un socle identitaire que cette génération va garder tout au long de sa vie et qui n'évolue que très lentement avec l'âge. Une génération se définit souvent en fonction de la génération qui la précède.
- La génération Y est la cohorte de ceux qui sont nés entre 1980 et le milieu des années 90 et qui ont aujourd'hui entre 15 et 30 ans. Elle est aussi appelée **Millenium Generation**, *Digital Generation* ou *e-generation* (aux Etats-Unis).
- C'est une génération très revendicatrice. La génération Y a grandi à l'époque de l'enfant-roi, dont les parents pensaient que leurs rôles n'étaient pas tant de transmettre des règles et les codes de la société, mais d'assurer le bien-être de leurs enfants. Par voie de conséquence, les jeunes de cette génération sont bien plus revendicatifs que leurs aînés, et attendent de la société qu'elle s'adapte à eux. Pour eux, l'autorité n'est pas forcément synonyme de compétence.
- Elle a connu de grandes catastrophes technologiques et écologiques : la catastrophe de l'Exxon-Valdez, l'explosion de Challenger. Elle a vécu aussi l'effondrement du mur de Berlin et le 11 septembre. Ceux qui habitent en Europe sont marqués par l'appartenance à l'Union européenne. Elle éprouve du mal à s'insérer dans la société. Ayant vécu par procuration les plans sociaux des années 90, les représentants de la génération Y connaissent le chômage de masse et font de longues études pour trouver leur voie : en France, 32% des gens de 25-34 ans achèvent des études supérieures (source : OCDE 2007). Pourtant, un jeune sur deux estime que son premier emploi ne correspond pas à ses attentes. En conséquence cette génération privilégie le *carpe diem*. La précarité des conditions de vie s'accompagne de l'impossibilité de se projeter dans l'avenir et conduit à penser à court terme. Alors que la génération X favorisait le cerveau gauche et la planification des actions, la génération Y pense qu'il vaut mieux «manger le dessert en premier ; on ne sait pas ce qui se passera après». Les sentiments de sécurité, de continuité et de stabilité laissent place à une **aspiration au** risque et à la mobilité.

- La génération Y peut-être aussi désignée comme la «Génération Me». Bien que souvent décrite comme tribale, la génération Y est avant tout égocentrée, composée d'individus qui se voient comme uniques. Alors que la génération X mettait en avant le nous et le on, la génération Y distingue moi et les autres : Elle privilégie son individualité, tout en recherchant la solidarité et l'intégration dans un groupe. Travailler avec des collègues sympathiques fait partie des critères de sélection d'un travail.
- C'est une génération de l'*empowerment*. Leur éducation en a fait le réceptacle du rêve de leurs parents, avec l'idée que tout est possible : vouloir, c'est pouvoir. Elle a grandi avec Internet, qui les a habitués à obtenir en un clic une somme colossale d'informations.
- Elle se caractérise donc a priori par une vision très optimiste, ayant l'impression d'avoir une bonne étoile au-dessus de la tête et se sentant protégée à titre individuel. Pour autant, elle est consciente que la société et l'avenir vont mal. Depuis deux ans, la crise a entraîné un taux de chômage important dans cette tranche d'âge : en France, de 18 à 24 % de chômage pour les jeunes de 16 à 24 ans. Au sein de cette génération, nombreux sont ceux qui connaissent une situation très précaire, des difficultés de logement et dépendent souvent financièrement des parents jusqu'à 28 ans. Aux Etats-Unis, l'endettement colossal des étudiants, a comme conséquence le fait qu'ils reviennent fréquemment chez leurs parents à la fin de leurs études.
- Les jeunes de la génération Y sont souvent assez déconcertants, à la fois très adultes et terriblement enfantins. Ils ont acquis très tôt une large autonomie qui entraîne une «insouciance dorée». Ils sont devenus responsables très jeunes, mais restent néanmoins très infantiles. Ils habitent encore souvent chez leurs parents, même en l'absence problèmes financiers. Leur *look* est leur signature identitaire. Ils sont très attachés aux logos de marque, adoptent des *looks* très sexués, affichant hyper masculinité et féminité. (voir Lady Gaga), alors que la génération X qui précède a été marquée par le *look* unisexe. Ils sont hyper consommateurs et disposent fréquemment de moyens matériels importants (« *six-pocket kids* »), grâce à l'argent poche donné par les parents et les grands parents. Pour eux, la consommation est une source de plaisir et ils estiment qu'ils y ont droit. Ils aiment consommer, la consommation permettant de s'ancrer dans une appartenance et une tribu. Ils n'éprouvent aucun tabou vis-à-vis de l'argent, alors que la génération X était plus timorée et en retrait.
- Ils ont comme impératif de s'épanouir et de rester insouciants le plus longtemps possible. Ils vivent dans l'instant présent, ne veulent pas hypothéquer le futur. Ils sont attachés au monde idéalisé de l'enfance, des parents-copains et souhaitent retrouver un monde idéal comparable au sein de l'entreprise au sein de laquelle ils souhaitent vivre avec une notion d'amusement et sans faire trop de concessions. Leur vision du travail est désacralisée. Le choix est pour eux une religion. A la logique d'une route continue et monolithique, ils préfèrent différents épisodes de vie constructeurs d'identité. Ils privilégient un travail gratifiant, amusant, permettant de

s'épanouir. Ils veulent travailler en éprouvant une impression de liberté, d'autonomie et d'indépendance.

- Ils font preuve d'un fort niveau d'exigence et veulent exceller dans tous les domaines pour accéder à la reconnaissance des pairs : c'est au travers du regard des autres que l'on mesure sa vraie valeur, **et l'on expose** sa vie personnelle, ses hobbies, son travail... Il en résulte de fortes tensions, et quand la pression devient trop forte, ils peuvent parfois lâcher prise, ce qui peut les conduire à l'alcool, la drogue ou chez les jeunes femmes à l'anorexie. La famille est vécue comme un refuge, plutôt que comme un milieu sclérosant dont il faut s'échapper (**environ** 50% des jeunes **de 25 ans** vivent **encore** chez leurs parents) Beaucoup ont souffert du divorce de leurs parents et souhaitent vivre «l'amour avec un grand A». Ils veulent éprouver une relation passionnelle et fusionnelle. Ils sont très désinhibés, se comportent en consommateurs de la relation amoureuse, éventuellement à travers les NTIC et vivent parfois une vraie vie de couple chez leurs parents.
- C'est la première génération post- raciale, intégrant de grandes tribus communautaires bâties sur la mixité et la différence, selon une logique de «*melting pot*».
- La créativité est considérée comme une valeur en soi.
- L'éthique est absolument fondamentale à leurs yeux. Ils sont autocentrés, plutôt qu'égoïstes. Chez eux, le cerveau droit tend à dominer. Ils vivent des relations émotionnelles. Ils veulent réussir mais pas à n'importe quel prix. Ils se sentent concernés par la cause écologique. Le monde doit rester vivable. Le «vivre ensemble» est important. Ils sont toujours en mouvement. «Aujourd'hui et maintenant» priment. Ils vivent dans une mosaïque, sans grand principe directeur. Il faut qu'il se passe toujours quelque chose, de façon à entretenir constamment un mouvement. Le plaisir de la découverte doit être permanent, ce qui les amène à se jeter dans les événements du monde avec délectation, à rechercher le «*fun*», à ressentir leur vie comme une grande rigolade, à éprouver la jubilation du «*mix*», à aimer le luxe. Alors que la génération X privilégie la durabilité et la pérennité, la génération Y aime le luxe «*bling-bling*» ou détonnant car il mélange des tendances différentes. Ils peuvent apprécier l'ironie distanciée, et même le côté un peu «*trash*». L'univers ludique leur rappelle leur enfance. Ils sortent beaucoup, fréquemment trois à quatre soirs par semaine. Ils éprouvent le besoin de parler et d'échanger et se déplacent en groupe.
- Leurs principaux centres d'intérêt sont la musique, la mode, le cinéma et la photo, dont ils peuvent être des experts ultra-pointus.
- Ils éprouvent une peur farouche de la solitude, d'où un grand attrait pour les réseaux sociaux. Un jeune de 25 ans a 250 «amis» en moyenne sur *Facebook*, contre 120 pour les autres.
- Acheter tous azimuts remplit une grande partie de leurs vies. Ils tendent à se comporter en enfants gâtés, recherchant la consommation-plaisir, comme forme de

gratification. Ils se posent en consommateurs capables de décider de l'avenir d'une marque. Pour être plébiscité par cette génération, il faut l'impliquer dans le processus de production/création.

- Leurs référents et icônes sont Internet, la réalité virtuelle, les jeux vidéo (*game boys*), les mangas, *final fantasy*, la télé réalité
- En période de grande instabilité, leur besoin de modèles forts s'est renforcé. Leur défiance vis-à-vis des modèles d'autorité traditionnels, les fait rechercher un leader charismatique ou un père idéal (Aux Etats-Unis : Barack Obama , Steve Jobs, Richard Branson). Ils sont également à la recherche de grands modèles archétypaux de la féminité et de la masculinité

 «Evolution de la société chinoise- Implications sur les besoins en énergie»

Lun ZHANG

Lun Zhang présente son parcours atypique. Economiste avant d'être sociologue. il est redevenu économiste. à l'époque où les questions économiques sont apparues comme centrales sur le plan politique et social, pour pouvoir appréhender la question chinoise dans son ensemble. En France, il lui a été demandé de faire un cours sur la Chine, sur l'économie et l'Asie orientale. Economie chinoise, commerce Chine-Europe, enjeux géopolitiques et diplomatiques, situation dans les océans pacifique et indien font partie des thèmes qui l'intéressent. Plus récemment, il a été aussi concerné par la situation au Japon, en Inde et dans l'ensemble des pays asiatiques en relation avec l'émergence de la puissance chinoise.

- La question de l'énergie est centrale et représente une source de tensions et de conflits. Elle est primordiale pour l'avenir de l'Asie. Il faut analyser les rapports entre la Chine et l'Asie orientale, mais on ne peut pas parler d'énergie en Chine sans se placer également au niveau mondial.
- La Chine représente 1,4 Milliards d'habitants, l'Inde 1,2 Milliards, l'Indonésie, la quatrième population mondiale avec 500 Millions de personnes dans 10-15 ans, le Vietnam et les Philippines plus de 100 Millions d'habitants
- La jeune génération chinoise présente certains des caractères de la génération Y des pays occidentaux. Elle se caractérise d'abord par une recherche de l'hypermodernité, terme inventé par Baudelaire en observant le phénomène de mode en 1842. Sa passion pour l'Internet rejoint le goût de la génération Y pour l'éphémère et l'instant (goût pour un «défilé de mode» permanent). Elle vit en même temps de fortes contradictions. Les jeunes chinois, de 15 à 25 ans, sont très ouverts, ont beaucoup plus de connaissances que les générations précédentes. Il y a 30 ans, la Chine était complètement fermée. La question générationnelle est un phénomène récent, particulièrement en Chine. La rupture entre un communisme pur, dur, puritain et un capitalisme sauvage, y a été très brutale. Avant, tout le monde portait le même costume que Mao. Maintenant, on a

basculé vers une société ayant adopté un capitalisme sauvage. On passe d'un extrême à l'autre. Ces événements ont beaucoup marqué la Chine. La mentalité des personnes plus âgées a aussi changé et a du s'adapter en s'ouvrant au monde extérieur.

- En Chine, la jeune génération n'a plus envie de travailler durement, comme la génération précédente. Les jeunes d'aujourd'hui souhaitent avoir plus d'autonomie. Malgré une tendance egocentrique, ils prêtent attention aux affaires publiques et sont sensibles à l'accroissement du rôle de la Chine sur la place internationale. A cause de la politique de l'enfant unique, fin 70, la Chine va connaître un vieillissement de sa population, d'ici 15 ans. Les problèmes de vieillissement que la France connaît actuellement, la Chine va les rencontrer prochainement. Le bénéfice démographique va s'épuiser pour les chinois, et la Chine risque de devenir un pays vieux, avant d'être devenue un pays riche.
- Les jeunes souhaitent avoir un regard sur affaires publiques, alors qu'ils vivent dans un système qui n'est pas démocratique. Les autorités vont avoir de plus en plus de problèmes avec les générations à venir. Les jeunes ont moins peur de l'autorité et sont plus enclins à la contestation. Certaines études montrent que les jeunes se méfient beaucoup des autorités et ne leur font pas confiance. Il existe en Chine 420 millions d'internautes (alors qu'il y a cinq ans, ils étaient 100 millions). 70% internautes sont des jeunes de moins de 30 ans. Internet est encore soumis au contrôle, à la censure et au filtrage (grande muraille). Les jeunes sont très doués et essaient de contourner ces barrières pour s'informer. Ils font des études, voyagent. Une longue période de croissance a assuré la prospérité économique et favorisé une plus grande aisance, tout en laissant de côté les questions politiques proprement dites. La nouvelle génération adopte une allure moderne, mais reste attachée aux valeurs traditionnelles, liées à la famille, aux amis et à la réussite de sa carrière. Les valeurs de la Chine traditionnelle comptent toujours. Sur ce point, on n'observe pas beaucoup de différences selon les enquêtes. Les habitudes héritées du passé demeurent. Quand on pose à de vieilles dames la question : «Que pensez-vous de la révolution sexuelle ?», elles répondent : «C'est formidable !», car elles ont été conditionnées, après 30 ans de répression, à applaudir au mot de révolution.
- La pression du logement est un problème concret qui pèse sur la vie des nouvelles générations. Beaucoup de jeunes n'ont pas la capacité de payer le logement et habitent chez leurs parents. Il s'agit d'une génération très individualiste, ce qui se traduit souvent par des mariages éphémères. On en parle comme de «mariages flash : on se marie le matin, et le soir on divorce».
- Le consumérisme est un phénomène important. Les jeunes générations sont très attirées par les produits de luxe, en même temps que par les produits écologiques. La Chine est actuellement le troisième marché de produits de luxe et va devenir d'ici trois ans, le premier marché du luxe dans le monde. Parmi les consommateurs des produits de luxe, 60 % sont des jeunes. Pour eux le «shopping» est important. Ils s'intéressent aux marques (Louis Vuitton) et font preuve fréquemment d'une mentalité de «nouveaux riches». Un jeune homme actuel, fils de parents qui ont

énormément travaillé, bénéficie de la politique de l'enfant unique. Il ressent les possibilités d'achat comme une récompense psychologique. Il n'existe en Chine aucun tabou sur l'argent, mais, en même temps, demeure un sentiment d'insécurité. D'ici 15 ans, la Chine va connaître un manque de main-d'œuvre et risque d'entrer dans une période de transition, et de bouillonnement.

- La question de l'énergie est essentielle, compte-tenu de la croissance chinoise, qui est devenue la deuxième puissance économique du monde et pourrait devenir la première au plus tard d'ici 2030-60 en prolongeant les tendances actuelles et peut-être même, d'ici 2020. De ce fait, le développement durable devient une préoccupation importante pour la Chine.
- Jusqu'en 96, la Chine a exporté du pétrole. Elle est maintenant le deuxième importateur mondial et dépasse déjà le Japon en niveau de consommation. Dès lors, la Chine partage de nombreux intérêts communs avec les grands pays consommateurs. Elle est engagée dans le développement des technologies relevant du développement durable : dans la Chine du Sud, les panneaux solaires sont très répandus et la Chine s'est lancée dans la fabrication à grande échelle de panneaux photo-voltaïques. La Chine est très concernée par l'accident de la centrale de Fukushima : 24 chantiers de centrales nucléaires ont été stoppés après cette catastrophe. Les chinois commencent à prendre conscience des questions de sécurité et de développement durable.
- En 2007, a été créée à Pékin une association pour traiter les questions de réchauffement climatique. L'objectif est de réduire de 20% les émissions de CO₂. Les jeunes chinois sont à la recherche d'un idéal (qui peut être inspiré par le bouddhisme) et d'authenticité culturelle. contraste.

Le débat : thèmes abordés

Les enjeux

- La génération qui part à la retraite a vécu une certaine forme d'abondance, de biens et d'énergie. Une véritable pénurie d'énergie pourrait conduire à une situation de rupture par rapport à cette situation antérieure et casser l'économie dans les années à venir, Quand on constate les réactions que suscite aujourd'hui le litre de carburant à 1,60€, on se rend compte que cela pourrait entraîner une crise majeure.
- La nouvelle génération va-t-elle être capable de penser et changer le modèle énergétique ? Elle donne l'impression, d'un comportement superficiel et d'un manque de volonté pour s'engager dans un tel effort. Est-elle à même d'organiser le changement nécessaire ? Pourtant, la génération Y n'est pas que superficielle. Elle est consciente que le modèle consumériste dans lequel la société moderne s'est installée n'est pas durable. Elle a du mal à se positionner, à trancher. Elle s'intéresse au développement durable, aux produits «bio», au commerce équitable.

Elle est capable de boycotter, d'arbitrer dans sa consommation, d'utiliser son achat comme bulletin de vote. Les jeunes de cette génération ont tendance à vouloir faire bouger les choses par le refus. plutôt que de s'engager dans l'action comme la génération de ceux qui ont voulu faire la révolution en 68 Elle tend à préférer des modes d'action silencieux, spontanés, quotidiens.

- Dans l'ensemble, l'affirmation de l'individu, de soi, est une tendance générale. Toutefois, la Chine de maintenant est encore dans une période de transition. Les chinois ont connu successivement la vieille mentalité traditionnelle, la rencontre Chine occident, la période de communisme, puis la transition post communiste. De ce fait, à l'issue de ce long processus, il existe à présent de nombreuses similitudes avec ce qui se passe dans les pays occidentaux, mais également des différences importantes.

Les aspirations des nouvelles générations

- Les jeunes représentants de la génération Y sont pessimistes en ce qui concerne l'avenir du monde. Ayant grandi avec les scandales sanitaires, ils éprouvent une forte défiance vis-à-vis des institutions, refusent l'autorité. Ils sont attirés par l'action humanitaire, la consommation équitable, les produits «bio». Ils sont marqués par une relation très émotionnelle au monde. Pour eux, le monde ne peut pas continuer à progresser suivant la même route. Ne croyant pas aux institutions, ils sont attirés par les mouvements alternatifs et les actions militantes à titre individuel. Ils ont peur de l'inconnu, craignent les dangers du monde de demain.
- Leur défiance vis-à-vis de l'autorité s'exprime de manière souterraine, silencieuse. Ils manquent de tribunes adéquates pour s'exprimer. Pour le moment, en France, les mouvements d'opinion dans lesquels ils s'impliquent n'ont pas trouvé de leader charismatique pour que leurs attentes puissent s'exprimer au niveau national.
- Plaçant leur confiance dans les objets, les rumeurs sur Internet, ils risquent de devenir plus manipulables. Ils souhaitent être des acteurs du futur, mais attendent que d'autres organisent le changement. Ils ont du mal à se prendre en main.
- La génération Y est la première à laquelle n'est pas promis un avenir meilleur que leurs parents, en France en tout cas. Elle souhaite émerger, sortir du lot, se singulariser. l'autre est mon ami et mon rival. Les jeunes de cette génération sont souvent ambitieux, veulent avoir un destin. Ils ont comme modèles les grands entrepreneurs. Avant, on construisait sa fortune en 25 ans, maintenant voudrait le faire en 6 ans.
- Elle connaît très peu de tabous et elle est prête à s'approprier des tendances très diverses issues du passé, à intégrer des figures qui peuvent être parfois monstrueuses (zombies), à mélanger un ensemble disparate de tendances, avec une forte volonté de se singulariser.

- Ils ont peur de la solitude et sont toujours connectés ou hyper-connectés, mais ont peu d'amis véritables. Ils sont attirés par réseaux sociaux, tels que *Facebook*, qui leur permettent de se joindre à un groupe, partageant les mêmes convictions, en dehors de tout groupe ou parti politique structuré. Ce rôle de *Facebook* a été illustré notamment par son utilisation au cours des révolutions récentes du monde arabe.
- Leur attitude autocentrée peut conduire à des conflits générationnels. En cas de difficultés économiques, ils pourraient ne plus accepter de payer les retraites de ceux qui ont vécu les 30 glorieuses. Pour le moment, on n'observe pas encore de conflit sérieux, mais un tel conflit pourrait intervenir, si le contexte social s'avère plus crispé.
- Ce comportement est largement paradoxal. Les représentants de la génération Y ont le plus souvent une mentalité ouverte et sensible, mais en même temps ils ne se refusent rien, dès lors qu'ils le peuvent et aiment dépenser l'argent qu'ils possèdent. Cette contradiction paraît liée à la vie moderne et qui traverse les générations. Face au développement du consumérisme, le rétablissement de nouvelles valeurs pose problème.

Les facteurs culturels

- Le modèle culturel qui s'impose à travers la génération Y ou en Chine est directement inspiré du modèle américain, qui tend à s'imposer comme modèle mondial. Des modèles alternatifs peuvent-ils émerger ?
- En Chine, la situation apparaît contradictoire. De nombreux jeunes sont très américanisés, mais en même temps, on observe un rejet des modèles de pensée de pensée occidentaux. Il ne faut pas sous-estimer le fait que la civilisation chinoise est vieille de plusieurs milliers d'années, avec la présence de différents courants traditionalistes, bouddhistes, confucéens, etc.
- Comment la génération Y va-t-elle évoluer ? Va-t-elle se ranger ? Il paraît vraisemblable qu'elle va s'adapter comme cela a été le cas des générations antérieures. Pourrait-elle basculer dans la violence par rapport à des promesses que la société ne tient pas ? Comment aider cette génération, qui paraît tournée vers le luxe, l'apparence, le superficiel pour l'aider à aborder les transitions qui s'annoncent de manière utile et concrète ?
- Il existe un risque d'écart croissant entre ceux qui ont tout à leur disposition, et ceux qui n'arrivent pas à sortir de leur ghetto. Un fossé risque de se creuser dans l'éducation, mais aussi dans la manière de gérer son quotidien, son énergie, sa mobilité, sa vie au quotidien. Les outils modernes peuvent contribuer à creuser les

écarts. Toutefois, les technologies des NTIC sont devenues accessibles à tout le monde. Même les SDF ont des téléphones portables, car cela leur permet d'exister socialement. Parmi tous ces outils, il y a aussi la télévision. Il y aura une séparation entre ceux qui utilisent la télévision comme faire valoir, et ceux qui regarderont la scène sans pouvoir être acteurs. En Chine, les jeunes en ville ne sont pas les mêmes qu'à la campagne. Il s'agit de la même génération, mais les conditions sociologiques qui façonnent comportement et mentalité sont très différentes,

- Alors que dans un tableau européen, on peut ressentir une tension entre Dieu, l'homme et la nature, l'homme voulant occuper une place centrale, dans la tradition chinoise, l'être humain est placé dans un coin, l'individu est perçu à travers l'harmonie avec la nature. *Yin* et *Yang* coexistent. Dans le noir, il y a le blanc et vice-versa. La fusion des contraires au sein du *tao*, l'harmonie à travers le *tai-chi* sont des notions demeurées présentes en Chine au cours des âges. La place économique qu'occupe la Chine va permettre aux chinois d'avoir un regard plus raisonnable sur la tradition. Il s'agissait auparavant de rattraper le retard. Les chinois n'éprouvant plus de complexes sur ce plan, la question qui se pose à présent, consiste à inventer de nouvelles solutions et à faire quelque chose pour l'humanité

Vers de nouvelles valeurs

- La génération Y donne l'impression de manquer de vision, notamment dans le domaine philosophique. Les retraités seraient-ils les mieux placés pour développer une nouvelle vision du monde ? L'exemple d'Edgar Morin et Stéphane Hessel semble abonder dans ce sens. De jeunes acteurs sont engagés dans l'économie sociale et solidaire, mais développent rarement leur point de vue. On ne voit pas encore, peut-être par manque de recul, les jeunes penseurs qui pourraient reprendre le flambeau d'Edgar Morin et de Michel Serres.
- Les moyens d'expression actuels, notamment dans le secteur politique paraissent mal adaptés à la jeune génération, qui est à la recherche d'une démocratie plus participative, notamment à travers les réseaux sociaux
- La Chine n'est pas encore un pays démocratique. Les jeunes ne sont pas encore très mûrs, mais certains commencent à réfléchir sur un plan philosophique. Toutes les grandes questions demeurent. Les jeunes chinois ne se révoltent pas encore comme dans le monde arabe, mais il paraît probable qu'une forme de contestation va se manifester. Les autorités voudraient maintenir l'image d'une société prétendument harmonieuse et contrôler l'ensemble des informations, transmises notamment sur Internet. La contestation va-t-elle s'afficher sur la place publique ? La question reste en suspens.

- Dans l'ensemble, on manque encore de nouvelles pensées philosophiques. Plus les défis planétaires sont importants, plus il devient nécessaire de mener une réflexion de fond. En France et dans le monde, il faut parvenir à déployer des efforts supplémentaires dans ce sens.
- L'énergie est un problème central, notamment en Chine, mais le principal problème réside dans le .choix de civilisation.
- La jeune génération a des responsabilités écrasantes dans une société qui semble avoir perdu la notion du sens. Les problèmes sont mondiaux. Demander à un jeune français de repenser la France n'est plus de mise, car il faut mener une réflexion à un niveau mondial.
- Il faut éviter de projeter ses peurs sur les plus jeunes. Ils apprennent très vite et sont capables de faire preuve d'éthique. Il faut leur faire confiance et les aider à construire leur propre avenir