

## INTERVENTION DE CHRISTOPHE NICK ET ALEXANDRE BRACHET SUR LA DOUBLE EXPÉRIENCE GÉNÉRATION QUOI? GENERATION WHAT? ET SUR LE PROJET LE WEEK-END EN 2020.

### **BORIS RAZON**

Un petit mot pour vous présenter Alexandre Brachet, d'Upian, et Christophe Nick, de Yami 2, qui ont eu la gentillesse et l'amabilité de venir nous présenter le travail qu'ils ont réalisé en deux temps autour de Génération Quoi? en France, puis de Generation What? en Europe et qui parleront également du temps suivant, qui répond au nom de code «Le Week-end» et qui est prévu pour 2020, avec l'idée que nous réfléchissions ensuite ensemble à la façon dont Le Week-end pourrait être une opportunité pour les théâtres, les lieux, les compagnies, autour de la jeunesse.

### **ALEXANDRE BRACHET**

Je dirige une société que j'ai créée, qui s'appelle Upian. Je l'ai créée il y a 20 ans, cela fait donc 20 ans que je fais de l'internet. J'ai deux métiers au quotidien.

Le premier est d'accompagner les médias. Je fabrique des sites internet de médias, de journaux, de radios, de télévision; en 20 ans, j'en ai fait un certain nombre, de Rue89 à Vogue en passant par Les Inrocks. Aujourd'hui, mon plus gros client est L'Équipe et, Coupe du Monde oblige, l'actualité est actuellement riche sur le site, tout est prêt. Je raconte cela en deux mots, parce que le programme que nous vous présentons contient tout de même un ADN assez fort de ce qu'est le web, un web un peu idéaliste, un web hors des plateformes, qui n'est pas sur Facebook, Instagram et autres, qui, pour autant, l'utilisent beaucoup. Plus nous avançons dans le temps, plus la connexion est forte entre les plateformes et ce que nous pouvons faire sur le web.

Mon deuxième métier est celui de producteur, principalement de documentaires, et si possible de documentaires pensés pour, par et avec internet. En gros, si je dois caricaturer: qu'est-ce que je peux faire en ligne et que je ne pourrais pas faire ailleurs. Une réponse en deux temps:

- une réponse technologique: les manières de raconter des histoires sont amplifiées grâce à internet, puisque je n'utilise pas uniquement du son, des images, de la vidéo ou du texte, mais également des bases de données, la participation des spectateurs, je peux aller dans la personnalisation du récit;
- si on doit aborder un même sujet en télévision et sur internet, on ne l'aborde pas de la même manière sur le plan éditorial; c'est lié à la posture de l'écran de télé et à la posture de l'écran d'ordinateur ou du téléphone aujourd'hui.

Nous avons produit ce programme ensemble. Le premier contact a eu lieu en 2010, Christophe produisait une série de documentaires, trois fois 90 minutes, sur la jeunesse réalisés par Laetitia Moreau en immersion à Cergy.

### **CHRISTOPHE NICK**

Il s'agissait d'un projet de documentaire qui faisait suite à plusieurs que nous avons faits depuis le début des années 2000, qui essayait de comprendre les grandes zones de fracture de la société française. Nous avons fait une première grosse série, *Chroniques de la violence ordinaire*; nous étions restés trois ans à Creil à essayer de comprendre d'où vient la violence sous forme de quatre 90 minutes. Une deuxième série portait sur l'école: l'école peut-elle réparer les dégâts de ce que nous avons vu? Une troisième série concernait le travail et les nouvelles organisations du travail: *La mise à mort du travail*.

Ces trois séries nous ont fait dire que la problématique des jeunes adultes aujourd'hui permettait de synthétiser le tout. Au-delà de tous les travaux de sociologie que nous pouvions lire, il s'agissait de faire le pari qu'une nouvelle génération arrivait, marquée par des phénomènes sociaux et économiques extrêmement lourds, qui se comporte très différemment des précédentes générations. Nous voulions le mesurer et voir si c'était vrai, d'où ce projet de documentaire qui consistait à rester un an dans l'agglomération de Cergy-Pontoise, préfecture la plus jeune de France sur le plan statistique, et de suivre trois catégories de populations:

- les sans-diplômes, que nous retrouvions à la mission locale; la mission locale de Cergy est le deuxième plus grosse de France;
- les étudiants, à la fac, car il y a un gros système universitaire à Cergy;
- après la scolarité, après le diplôme, avec quatre jeunes que nous avons suivis particulièrement: jeune de quartier, jeune FN, jeune apprenti journaliste... pour voir comment ils appréhendaient cela.

L'idée était de se dire: la télévision ne suffit pas; que pouvons-nous faire sur le web?

### ALEXANDRE BRACHET

Il est assez particulier de faire un programme web qui accompagne quelque chose à la télé. Je suis plutôt défenseur des programmes web indépendants de la télévision, mais parfois, cela peut fonctionner de coupler les deux, notamment lorsqu'il existe un enjeu sociétal. La puissance de la télévision aujourd'hui est encore extraordinaire.

L'idée était de dire: vous faites un portrait de la génération et, sur le web, nous faisons un autoportrait, nous inversons la valeur et nous demandons au jeune de se définir. En tirant ce fil de l'autoportrait – il a fallu quelques semaines, mais c'est assez rapide à l'échelle d'une conception –, nous avons abouti à un programme qui a d'abord démarré en France et qui prend globalement la forme d'une grande enquête. Ce n'est pas extraordinaire, mais pour tout ce qui touche à la démocratie participative ou à la volonté des gens de s'exprimer, internet est un levier fort; pour autant, il n'est pas si facile à activer.

Le site a considérablement évolué en huit ans, car il a traversé des époques – nous parlerons des résultats et de l'évolution de ces résultats au fur et à mesure des années –, des territoires, y compris le monde arabe, car nous interrogeons actuellement la jeunesse du monde arabe.

Si je reviens sur la France, en 2010, lorsque nous l'avons lancé, nous accueillions les jeunes avec une petite vidéo expliquant ce qu'était le programme, basée sur: «*Vous en avez marre des clichés, prenez la parole!*», pour faire court. Aujourd'hui, nous sommes arrivés à un questionnaire. Nous accueillons les jeunes avec des questions préliminaires établies avec des sociologues, que nous essayons de rendre le plus fun possible, qui peuvent paraître rédhibitoires à l'entrée d'un programme mais qui, en réalité, ne le sont pas du tout quand on arrive à créer un filtre de confiance. Nous avons réussi à créer ce filtre, puisqu'au moment où nous avons lancé ce programme, le jour officiel du lancement, 40 000 jeunes avaient répondu, parce que l'adresse avait fuité. Nous avons terminé ce programme en France avec 250 000 jeunes qui ont répondu à environ 25 millions de questions, soit une basse colossale; Christophe parlera de l'étude sociologique qui en a découlé. En Europe, plus d'un million de jeunes ont répondu.

### M. Brachet procède à une démonstration du programme

Il est important de rentrer le code postal pour les résultats de l'analyse. Nous ne demandons aucun e-mail, c'est absolument anonyme. Je réponds à une dizaine de questions pour vous montrer le ton.

### CHRISTOPHE NICK

En gros, 5 grandes thématiques ont été pensées au départ:

- moi et mon intimité (la recherche de l'amour, mon corps, la sexualité, etc.);
- moi et ma famille (le rapport avec les autres générations dans la sphère parentale);
- moi et la société (comment je la vois et comment je la juge);
- moi et le travail (suis-je scolaire ou pas);
- moi et le futur.

À l'intérieur de ces 5 thématiques, 150 questions sont posées.

### ALEXANDRE BRACHET

Ces questions sont distribuées aléatoirement. Là, j'attaque par des questions sur l'avenir; si, dans 15 minutes, je me reconnecte, j'aurai un autre lot de questions, pour assurer une ventilation des questions.

### CHRISTOPHE NICK

Ce n'est pas un sondage. L'idée était de trouver des valeurs, des attitudes, des comportements, et donc de tester un certain nombre de clichés ou de phrases toutes faites. Par exemple: «*soit tu baises, soit tu te fais baiser*»; cette phrase va aussi bien au trader qu'au rappeur gangsta.

### ALEXANDRE BRACHET

La force de ce programme est de rendre quelque chose en temps réel. Nous demandons aux jeunes de donner beaucoup, parce que c'est une expérience très intime pendant 20-25 minutes, ils vont devoir réfléchir sur eux-mêmes et ils nous donnent beaucoup d'eux-mêmes, nous essayons de leur rendre des choses en temps réel et, en l'occurrence, nous leur permettons de se situer par rapport aux autres: «*J'ai répondu cela, je sais que tant d'autres centaines ou dizaines de milliers de personnes ont répondu autre chose*». Nous pouvons faire des filtres assez fins: par genre, niveau d'étude, catégorie socioprofessionnelle, en fonction des questions posées; en tant qu'éditeur, nous décidons de la nature du filtre.

### CHRISTOPHE NICK

Le premier but était de créer un outil permettant au jeune de ne plus se sentir seul. La solitude est probablement le sentiment le mieux partagé dans cette génération, contrairement à ce que l'on croit.

Avoir des questions aussi sèches fait que l'on est soit dans une minorité, soit dans une majorité, mais on est toujours dedans; l'idée était d'amener le jeune à se comparer et à voir qu'il n'était pas seul.

L'idée de fond derrière est de dire: «*Arrêtez de penser que vous êtes une collection d'individus ayant chacun son univers, vous êtes un collectif qui s'ignore. Prenez-en conscience en regardant tous ces résultats*».

### **ALEXANDRE BRACHET**

Il s'agit d'un format que nous avons exploité d'une autre manière un peu plus tard; nous ne l'exploitons que très rarement, mais c'est un vrai format de questionnement de la société. Sur la jeunesse, il y avait cette question fondamentale: «*Suis-je normal?*»; cette fonction miroir que Christophe vient d'évoquer est extrêmement importante. «*Suis-je normal physiquement, intellectuellement?*», l'idée étant de pouvoir se comparer. Nous poussons la comparaison encore davantage dans une partie nommée «*portrait*». Nous avons sélectionné un panel de jeunes dans toute la France, puis dans toute l'Europe, pour répondre aux questions face caméra, pour renforcer encore cet aspect miroir.

### **CHRISTOPHE NICK**

Après le succès qu'il y a eu en France – 250 000 participants, c'était absolument énorme, jamais France Télévisions n'avait fait un truc aussi dingue, les résultats ont été tellement incroyables pour nous que nous nous sommes demandé si c'était une exception française qui confirmait la règle –, nous avons proposé dans le cadre de l'EBU (*European Broadcasting Union*) ou UER, qui fait l'*Eurovision*, d'utiliser ce réseau pour essayer de faire cette enquête à l'échelle de l'Europe. Nous avons reproduit ce schéma dans 15 pays, avec 19 diffuseurs; il y a donc des compilations pour l'Europe.

*Projection d'une vidéo*

### **ALEXANDRE BRACHET**

Nous sommes là sur les questions féministes; il y a beaucoup de gens qui répondent en couple. Nous ajoutons cette fonction miroir, c'est-à-dire en voyant des gens répondre. Pour le coup, en termes d'horizons politiques et de natures de réponses, il y a vraiment de tout. Je suis désolé, je n'ai pas les données branchées, car il s'agit d'un site de démo...

### **CHRISTOPHE NICK**

La campagne européenne est terminée depuis deux ans. Nous ne pouvons pas maintenir un tel site en permanence, l'hébergement est tellement lourd qu'il faut arrêter à un moment.

### **ALEXANDRE BRACHET**

Si je vais sur le site marocain, pendant que je vois ces jeunes répondre, en temps réel, j'affiche les résultats de l'enquête; si j'ai répondu, je me situe à droite. Pour ceux qui sont un peu geeks, en gros, on injecte des métadonnées dans la tête de lecture YouTube et je peux très bien dire au player YouTube: «*À 2 minutes 30, affiche-moi quelque chose à côté, une image, un son*»; là, on lui dit d'afficher un résultat de requête, donc on rejoue la fonction miroir.

### **CHRISTOPHE NICK**

Upian a fait quelque chose d'assez sophistiqué: à partir du moment où j'ai répondu aux six questions préliminaires sur mon sexe, mon âge, mon niveau d'études, etc., j'ai les réponses en fonction de mon profil, par exemple 17 597 hommes étudiants de 19 ans dans mon pays ont répondu cela.

### **ALEXANDRE BRACHET**

Ensuite, il y a un aspect de transparence des données. Toutes les données sont accessibles, publiques, je peux faire des filtres, etc.

Je te laisse quelques résultats sur l'analyse française et la jeunesse.

### **CHRISTOPHE NICK**

Chaque pays qui fait ce projet a un sociologue attaché, ils sont coordonnés au niveau régional.

Les résultats que nous avons eus sur l'Europe sont, pour le moment, les seuls analysés avec les résultats français. Ces résultats confortent complètement l'enquête française: il y a une rupture générationnelle très forte, qui, d'après les 15 sociologues associés au projet, est comparable à celle des années soixante; nous sommes vraiment sur une rupture de valeur, de comportement, d'attitude, de regard sur le monde et de place que l'on pense avoir. En gros, pour faire court, c'est une génération très en colère, qui ne croit absolument pas au modèle de société actuel et qui, en même temps, sait vivre dedans. Elle est parfaitement ambivalente, très optimiste pour elle-même, elle dit à 80 %: «*j'y arriverai, je trouverai ma place et je ferai partie des privilégiés, mais ce monde est condamné et mes enfants vivront beaucoup moins bien que moi, sachant que je vivrai déjà moins bien que mes parents*». C'est leur vision globale du monde.

Beaucoup de choses seront très intéressantes pour vous, mais je vais d'abord vous donner quelques grands indicateurs de préoccupation:

- «*Qu'est-ce qui me préoccupe le plus?*» Il y a une quinzaine d'items, dans toute l'Europe en 2016, en premier, c'est l'environnement à plus de 50 % – cela a évolué depuis 2013 –, en deuxième, c'est trouver un emploi et en troisième, c'est l'Éducation nationale.

C'est une stupeur pour tous les sociologues car c'était la première fois qu'ils mesuraient une rupture générationnelle entre profs, école, système d'apprentissage, etc. Aussi bien en termes de « *est-ce que je mérite?* », « *est-ce que cela me prépare à la vie?* », « *comment je me suis senti pendant ma scolarité? Seul, méprisé, aidé?* ». Tout est négatif, y compris dans des pays qui marchent très bien comme la Suisse et l'Allemagne. On retrouve les mêmes tendances sur l'Éducation nationale et trouver un travail dans le monde arabe. Il est frappant de trouver les mêmes préoccupations des deux côtés de la Méditerranée.

Lorsqu'on creuse un peu, on a aussi une longue liste qui est assez importante :

- « *As-tu confiance ou pas dans...* » et il y a une quinzaine d'Institutions proposées. À plus de 90 % dans toute l'Europe, trois types d'Institution ne rencontrent aucune confiance auprès des jeunes. En France, à 98 %, ce sont les institutions religieuses, à 95 %, la politique et à 93 % les médias. Vous avez ensuite un deuxième étage autour de 75 % cela varie entre le nord et le sud de l'Europe – pour les syndicats. Puis, un gros paquet aux environs de 60 % où l'on retrouve la police, la justice et l'éducation. Un autre palier à 50 %, l'armée.

Les seules Institutions qui sont très majoritairement vécues comme positives sont les ONG. L'envie d'engagement est massive. Il y a toute une série de questions sur « *est-ce que tu t'es déjà engagé dans un projet local, culturel, sportif et autres?* ». « *Oui, et cela m'intéresse beaucoup* » ; « *Oui, mais je ne le ferai plus* » ; « *Non, mais pourquoi pas* » ; « *Non, jamais* ». Si je prends les trois premières réponses, qui donnent la tendance de ce que l'on a fait, ce que l'on veut faire et ce que l'on fait, le sport arrive très loin derrière, la culture est très en avant, les projets locaux sont ultra-plébiscités. La politique est ce qu'il y a de moins, mais ce n'est pas négligeable. On peut arriver au total des trois premières réponses à environ 35 % ; et pareil pour le sport.

Ce qui vous intéressera davantage concerne la série d'items très importante sur « *est-ce que je peux être heureux sans...* ». Vous avez des tas de bêtises comme *junk food*, voiture et autres. Évidemment, les jeunes s'en passent parfaitement. Ordinateur, ils s'en passent ; téléphone portable, ils s'en passent ; Internet, un peu moins mais, très massivement, ils s'en passent. À 50 %, ils seraient heureux sans voter. Après, ils ne pourraient pas être heureux à plus de 90 % et presque à 100 % sans musique, ensuite les films/séries/fiction et enfin les livres. En bref, ce qui constitue leur notion de bonheur, c'est la culture. Ne soyez pas surpris, c'est la génération la plus éduquée de tous les temps. Par rapport à moi, j'ai eu le Bac à la fin des années 70, ils ont quatre ans d'étude en moyenne de plus. Cela ne veut pas dire qu'ils sont plus intelligents, cela veut dire qu'ils sont beaucoup plus critiques et armés. L'habitude de lire, de découvrir, d'expérimenter et de se confronter, ils l'ont !

Tout cela nous en dit énormément. Chaque sociologue a fait son rapport d'à peu près 100 pages chacun ; je ne pourrai pas vous présenter toute l'Europe, mais c'est extrêmement intéressant.

Sur la sexualité également, des choses nous ont beaucoup frappés. On avait posé une question qui était considérée comme pas politiquement correcte au début : « *as-tu déjà eu une expérience homosexuelle?* ». Tous les sites LGBT ont réagi : « *ce n'est pas une expérience, mais une identité!* ». Il y avait quatre types de réponse : « *Oui, j'ai fait et j'aime ça* » ; « *Oui, mais je ne referai plus* » ; « *Non, mais pourquoi pas* » ; « *Non, jamais* ». Sur l'homosexualité, à peu près 10 % répondent « *Oui, j'ai fait et j'aime ça* » toujours un peu plus de filles que de garçons, mais pas tant ; 8 % répondent « *Oui, mais cela ne m'intéresse plus* » et 22 % disent « *Non, mais j'ai envie d'essayer* ». Lorsque les chiffres sont corrigés avec les vraies proportions, vous êtes à peu près à 40 % qui vous disent « *Oui, j'aime* » ; « *Oui, j'ai fait mais je ne le ferai plus* » ou « *Non, mais pourquoi pas* ». 40 %, c'est énorme. 40 % pour qui la notion de genre n'est pas forcément corrélée à la notion de sexualité. Vous voyez que l'on est dans des mouvements extrêmement profonds que l'on pouvait voir venir depuis très longtemps. Sauf que là, 40 %, c'est dingue ! On a une tendance, même s'il y a encore des filles et des garçons, sur la sexualité avec des comportements qui se rapprochent.

La famille est la seule chose qui tient encore : « *Mes parents ont confiance en moi* » à plus de 90 %, « *J'aime mes parents* » à plus de 90 %, « *J'ai des relations très fortes avec eux* » à plus de 90 %. C'est le truc qui tient.

Je pourrai vous donner des tonnes d'autres exemples, mais j'aimerais que l'on creuse un peu cet aspect culturel car on a beaucoup réfléchi dessus. En termes de télé, cela nous intéresse beaucoup. Plus, on voyageait, plus on rencontrait des diffuseurs et des acteurs de scènes locales; même en Asie où cela se déploiera dans quinze pays et le Japon a commencé il y a deux mois. Des choses nous ont frappés. Par exemple, on posait une question pas simple; « *À quelle communauté te sens-tu le plus proche?* » « *Ma ville, mon village, ma région* »; « *Mon pays* »; « *Mon continent l'Europe, le monde arabe ou autres –* » ou « *Le Monde* ». Les résultats sont extrêmement explosés. La notion d'Europe étant la plus faible, 10 % des jeunes en Europe se disent d'abord européens. La notion nationale varie: plus le pays est petit, plus on est nationaliste. En général, les réponses vont de « *Ma ville, mon village, ma région* » ou « *Le Monde* ».

Je voudrais vous indiquer les leçons que nous en tirons. D'abord, je pense qu'il faut arrêter de dire que les jeunes veulent découvrir le monde et ce genre de clichés très stupides. Ils connaissent le monde! En revanche, ils veulent l'expérimenter, le vivre et le toucher; ils veulent y être pour un week-end ou pour deux ans. Cela donne une indication très forte dans cette idée « *je suis du monde* » ou « *je suis local* ». C'est une génération globale – que l'on retrouve partout, dans le monde arabe, au Japon et en Europe, avec exactement les mêmes traits – mais qui possède une grande diversité que les jeunes tiennent absolument à respecter. Un monde uniforme les fait fuir car il n'y a pas de partage possible. Une envie de la différence, une envie de la rencontrer et c'est ce que vous retrouvez dans la sexualité; pas de barrière, je veux vivre quelque chose mais, en même temps, dans mes racines et dans le respect de ta diversité en fusionnant et en allant profond dans mon histoire. Plus des nouvelles technologies.

Je voudrais partager deux vidéos :

- L'une française, réalisée par l'Opéra de Paris : *Les Indes Galantes* de Clément Cogitore. Je vous laisse découvrir, pour ceux qui ne connaissent pas. Sachez que cela se passe dans beaucoup de vos banlieues.

#### (Projection de la vidéo)

Cela m'a beaucoup fait réfléchir car, au même moment, on développe le projet dont je vous parle après avec les Japonais, la NHK.

- L'autre japonaise. Il faut savoir que les Japonais ont donné le droit de vote aux jeunes de 18 ans depuis trois ans. Ils se sont demandé comment inclure ceux-là que l'on voit jamais dans leurs histoires et leur politique. Ils ont conçu un programme assez impressionnant en demandant à un groupe de rock très populaire au Japon sorte de U2 local de s'adresser à ses *followers* pour leur demander d'envoyer une vidéo dans laquelle on verrait que ces derniers peuvent chanter, ce qu'ils vivent et ce qu'ils aimeraient entendre dans une chanson quand on dit qu'on a 18 ans au Japon. Le groupe a reçu des milliers de vidéos. Ils en ont choisi 1 000 de gens qui savaient vraiment chanter. Avec les paroles qu'on leur proposait, le groupe a écrit une chanson pendant que les 1 000 gosses se retrouvaient à trois points du Japon pour apprendre à faire un cœur. La NHK a choisi douze jeunes de ce panel : la fille qui voulait être championne de foot mais qui s'est cassé les deux tibias à 13 ans, ne peut plus le devenir et veut se suicider; le garçon qui veut être chef cuisinier, sa mère ne veut pas, il s'en va; deux jeunes qui jouent du tambour japonais (taiko) depuis qu'ils ont 4 ans, ils en ont désormais 18, ont choisi une fac différente et ne pourront plus jouer ensemble; le meilleur calligraphe de sa génération promis à un très grand avenir; un agriculteur. Bref, des archétypes, mais pas des stéréotypes. Cette histoire est racontée sur 60 minutes et, à la fin, le groupe rencontre ces 1 000 jeunes dans un studio loué pour réaliser pour la première fois la chanson. Cependant, le groupe de rock, voyant tout cela, s'est dit qu'il ne pouvait pas juste faire une chanson. C'est là que j'ai repensé au *krump* que l'on vient de voir.

Je vous propose de visionner la fin du film, qui se déroule dans le fameux studio. Ce film a eu un succès énorme et, depuis, les Japonais en ont refait plusieurs.

### *(Projection de la vidéo)*

On a tous oublié ce que c'est que d'avoir 18 ans. C'est très noir. En plus, c'est le pays où le taux de suicide des jeunes est de très loin le plus élevé, couplé aux disparitions: des dizaines de milliers de jeunes Japonais disparaissent chaque année sans que l'on sache où. La situation au Japon est très particulière, mais c'est la première fois qu'ils pouvaient faire quelque chose. Le film, c'est du prime-time sur la NHK 1, c'est-à-dire TF1. Cela a été un choc pour les Japonais. Ils l'ont refait depuis.

J'attire votre attention sur le fait que c'est coécrit et c'est ce qui est aussi intéressant. Jamais le groupe de rock n'aurait fait cela sans la participation des 1 000 jeunes et jamais ces derniers n'auraient fait quelque chose s'il n'y avait pas eu cet appel; jamais ce programme n'aurait pas existé sans tout cela.

On est au point que la NHK prépare un programme similaire pour les Jeux Olympiques mais avec un million de personnes. Ils ont trouvé la technologie qui permet de ne plus avoir un délai de son par satellite, c'est-à-dire que les musiciens peuvent jouer en même temps, où qu'ils soient sur Terre. Tout cela devient possible.

### **EMMANUELLE JOUAN**

Cela me fait un peu réagir épidermiquement, notamment sur l'histoire des Krumpers. On accueille aussi des jeunes et on a beaucoup de projets similaires. Cela me fait penser au projet avec le chorégraphe Thierry Niang, dont le travail a été vu et revu: on le voit travailler dans une maison de retraite avec des personnes âgées; travail réalisé par nombre d'entre nous, seulement, nous ne connaissons pas la famille Tedeschi, donc nous n'avons pas de film, ni de visibilité sur Arte.

### **FABIEN ANDRÉ**

Ou sur TF1!

### **EMMANUELLE JOUAN**

Oui.

Quand je vois les *Krumpers*, c'est un travail magnifique qui peut avoir eu lieu avec beaucoup d'entre nous car nous accompagnons des projets avec des jeunes, mais nous n'avons pas de visibilité. On nous impose des choses magnifiques, mais cela me donne envie de hurler un peu.

### **CHRISTOPHE NICK**

Hurlons ensemble!

### **EMMANUELLE JOUAN**

C'est notre problème aussi, c'est-à-dire que ces jeunes gens qui vivent avec nous, qui partagent des projets et nous en apportent ou que nous accompagnons, nous n'avons pas les moyens de visibilité de ce travail. Du coup, quelque part, c'est violent pour nous. Je ne parle pas de la grosse manifestation avec les jeunes Japonais; on sent qu'il y a vraiment eu de l'argent. Nous n'avons pas la possibilité de rendre visible et cela nous nuit; c'est comme si ce que nous faisons n'existait pas alors que nous le faisons, même si nous avons encore des marges de progression. C'est l'accès à la visibilité du travail qui nous manque.

### **CHRISTOPHE NICK**

Je sens que vous êtes du théâtre de Saint-Denis.

Emmanuelle JOUAN

Pas loin! (*Sourires*)

### **CHRISTOPHE NICK**

Vous avez entièrement raison, ce qui m'énerve aujourd'hui...

### **EMMANUELLE JOUAN**

C'est violent!

### **CHRISTOPHE NICK**

... c'est que l'on a l'impression de découvrir un underground parce qu'il n'y a pas de visibilité pour tout cela; vous êtes les mieux placés pour savoir que c'est la réalité et que cela ne se voit pas! Cela me rend dingue autant que vous! De montrer cela à la télé, c'est juste impossible en ce moment, alors

que c'est l'Opéra de Paris qui fait Cogitore.

### **EMMANUELLE JOUAN**

C'était juste une remarque.

### **CHRISTOPHE NICK**

Vous avez entièrement raison, c'est insupportable.

Si on va dans la danse contemporaine ou les arts plastiques, on verra aussi ce mélange de nouvelles technologies, de réappropriation de son histoire et d'aller puiser partout. C'est bluffant ce qui se passe en ce moment. Or, on a l'impression, en regardant la télé les médias en général – qu'il ne se passe rien!

Je viens du magazine *Actuel* et c'était quelque chose de très important pour nous. Derrière le *mainstream*, il y a l'underground. Une nouvelle avant-garde se crée, que Vous voyez tous les jours, que Vous amenez sur les scènes et qui ne passent pas encore à la télé; peut-être dans 25 ans!

C'est l'idée vers laquelle on va. Une fois que l'on a compris ce truc de Génération What?, **qu'il y a une rupture générationnelle, que les téléés sont en train de mourir de l'absence de jeunes qui les regardent**, alors qu'on a tous besoin de voir cela et qu'il faut le partager, l'idée est de se dire: avec toutes les chaînes que l'on a embarqué dans Génération What? sur Terre, **on prendra, un vendredi soir de juin 2020 à 19 h 30 et on dira aux jeunes: «ok, prenez les clefs, faites la télé, on revient lundi matin!»**. On développe cela entre Arte et la NHK pour le moment. Plusieurs diffuseurs d'un peu partout veulent nous accompagner. **On en est au stade de la création des concepts, du contenu et de ce que signifient 53 heures de télé continue avec des Milléniums. Pour nous, et nous pourrions en discuter, être jeune, c'est avoir entre 18 et 34 ans; au-delà de 30 ans, car on peut avoir eu des enfants, s'être marié mais être déjà divorcé et retourner chez ses parents car on ne sait pas où aller. Quand sommes-nous adultes? C'est un horizon qui s'éloigne de plus en plus, mais «les âges de la vie» est un autre thème de sociologie.**

L'idée est de se dire: peut-on concentrer tous les efforts de tous les médias qui n'ont plus le choix? Les télévisions n'ont plus le choix: soit elles sont effrayées par leur jeunesse – c'est ce que l'on voit dans le monde arabe –, soit elles ne savent pas comment faire pour retrouver les jeunes. Évidemment, tout cela passe par des alliances entre Web/télé, entre Vous, acteurs et producteurs de la culture contemporaine, et nous, producteurs de télé et diffuseurs de programme. C'est l'ambition.

On s'est rencontré il y a un mois avec votre Présidente. On a commencé à échanger et on s'est demandé si les problématiques de la télé, toutes choses égales par ailleurs, n'étaient pas un peu aussi les vôtres: à quoi cela sert-il? À quoi cela sert-il aujourd'hui d'avoir un théâtre qui remplit ses salles et quelle est sa fonction dans la ville? À quoi cela sert-il de faire de la télé s'il n'y a que des gens de plus de 65 ans qui la regardent? Y a-t-il quelque chose à réinventer? De nouvelles alliances sont-elles possibles? Durant ces 53 heures où l'on va purement et simplement *hacker* la télé, vos lieux pourraient-ils jouer le jeu? Peut-on étendre cela? Peut-on le faire avec les Allemands, les Japonais? Nous avons 53 heures d'utopie totale! Ce n'est pas simple du tout car, dans les règles d'or de la «télé de papa», le spectacle vivant est de l'anti-télé. En revanche, l'événement est de la télé; à nous de trouver du Cogitore et autres qui rentrent dans ce langage.

**L'idée est: peut-on travailler ensemble? Peut-on se dire que, avec les 5, 10, 400 adhérents, on s'y met tous ensemble et on ouvre tout en France en Juin 2020? Et peut-être qu'on le refera en juin 2021 et éternellement parce que, à un moment, cela suffit! Il faut entendre une génération qui ne fera pas le XXI<sup>ème</sup> puisqu'elle est déjà en train de le faire et personne ne le voit. C'est ce qui est ahurissant. Les jeunes le font déjà politiquement, socialement, communautairement, artistiquement, culturellement, ainsi qu'au niveau du business et des ingénieurs. L'importance des FabLabs aujourd'hui est considérable et la rencontre du monde des ingénieurs avec celui des créateurs est totalement nouvelle et permet l'injection de toutes les nouvelles technologies dans la création. Je suppose que plusieurs d'entre vous sont dans la chorégraphie et c'est complètement fou de voir maintenant où l'on en arrive dans la danse contemporaine avec la réalité augmentée, les images en 3D et autres. Tout cela né dans ces FabLabs qui sont de la *Low-tech*, de la technologie à deux balles!**

Je vous propose cela et merci, Boris, de nous avoir emmenés là. Pouvons-nous créer un truc ensemble et se dire: «on y va, on peut réinventer quelque chose; chacun là où il est et avec ses moyens». On hacke tout!

#### **MARIE-JOSÉ MALIS**

Je vous remercie, je trouve cette proposition formidable, mais une dimension dans la discussion que nous avons eue était que, par ailleurs, les jeunes disaient qu'on ne pouvait pas s'en tenir à ce Week-end. Peut-être que ce Week-end pourrait être le début d'engagements que la jeunesse prendrait à faire des choses.

#### **CHRISTOPHE NICK**

Pourquoi fait-on cela? Évidemment, si au bout de 53 heures, nous nous retrouvons le lundi matin, que la vie reprend, nous serons dans les déceptions habituelles; ce sera insupportable, car plus c'est gros, plus la déception est importante. C'est au cœur de notre projet. Il est évident que s'il y a toute cette dimension culturelle, que vous connaissez, que j'ai rappelée et qui est importante, l'autre dimension, qui est le maître mot de cette génération, est de faire et de s'engager avec des valeurs. Ce n'est plus du tout politique au sens où nous avons pu le connaître chacun d'entre nous, c'est complètement différent: «*Je fais mon truc et je me regarde dans la glace*».

Évidemment, la prise de parole, la demande d'affirmation d'une génération, le fait d'arriver à dire quelque chose qui soit autre chose que Woodstock peut passer par un manifeste qu'ils élaboreraient tous ensemble pendant ces 53 heures, mais les jeunes activistes que nous avons vus nous ont dit: «*Arrête avec ton manifeste, ce sont encore des grands mots, tout cela nous fait chier!*»; ce qui importe, ce sont les engagements. À la fin des 53 heures, je m'engage à faire quoi, où, comment?

Tout notre problème en ce moment est d'essayer de créer un système d'application qui, à partir de ce programme, permettrait aux jeunes, où qu'ils soient sur terre, de participer localement, mondialement, à quelque chose qui leur ressemble, qui soit simple, ergonomique, une plateforme d'activisme, d'activisme culturel également s'il le faut, quelque chose qui ait ce sens.

Nous sommes au début de grandes réflexions complexes, mais l'idée est bien, derrière, d'avoir un mouvement qui structure, ONG ou autres, de rassembler toutes ces énergies, pas uniquement dans la création culturelle, mais également pour nettoyer les océans, planter des arbres, s'occuper des réfugiés...

Au fond, quand vous les interrogez sur ce qu'est une vie réussie, sur ce qu'est le succès, il n'y a plus de notion d'argent. C'est complètement fou! L'argent, on s'en tamponne; il est nécessaire pour vivre, ils ne sont pas crétins, c'est absolument indispensable, mais ce n'est pas le but de leur vie. Ce but est d'avoir un projet, de le faire bien, d'en faire un autre derrière et de profiter entre les deux, mais d'abord d'avoir un projet qui fait sens. Tout cela se retrouve beaucoup dans l'engagement.

**Nous leur proposerons quelque chose du type 150-200 engagements parmi lesquels ils choisiront. «Au bout de 53 heures, je prends les engagements suivants et je le dis à tout le monde, c'est visible, je m'engage, j'honorerai mon engagement et je veux retrouver sur une application ceux qui, autour de moi, ont envie de faire la même chose, pour que nous puissions faire quelque chose qui se répande, qui s'active».**

**Pouvez-vous, dans vos lieux, devenir des acteurs de cela? Peut-on aller chez vous pour satisfaire cela? Peut-on réinventer le lieu de spectacle? Nous avons plané pendant des heures en nous souvenant de nos maisons de la culture dans les années soixante-dix, où nous allions en sortant du lycée, mais, en gros, c'est de cela dont nous avons besoin. Comment passer du lieu où on est tous ensemble au lieu où l'on crée, y retourner, reprendre ce chemin naturel, transformer vos lieux en lieux de vie et non un lieu où j'apprends avec des sachants ou un lieu où j'assiste à un spectacle et je repars avec mes émotions? C'étaient nos petites utopies.**

### **BORIS RAZON**

Ce sont des choses dont nous avons parlé au cours de ces deux derniers jours. Hors contexte Le Week-end, l'idée était peut-être de profiter de la présence de Christophe Nick et d'Alexandre Brachet pour échanger sur ce que nous pouvons faire dans ce week-end, avant ce week-end, quelle pourrait être la forme d'un engagement, d'un pacte commun, de quelque chose que nous ferions ensemble. Comment explorons-nous la suite? Quelles sont les étapes?

### **CHRISTOPHE NICK**

Au-delà des problèmes techniques que tout cela posera. Il est amusant de se projeter dans cette histoire, mais imaginez que vos 400 lieux soient ouverts, comment puis-je capter 400 lieux en même temps? C'est plus quelque chose qui doit irriguer, diffuser, être partout. Je suis vieux, j'ai envie de comprendre ce que sera ce siècle, je dois y être, devant ma télé ou chez vous, mais je dois comprendre. Cela doit aussi parler, et d'abord, aux adultes, aux leaders, aux décideurs, aux élus, aux responsables; venez voir ce qui est en train de se passer sur terre, près de chez vous! À la télé, vous le verrez dans le monde entier, et nous mettrons le meilleur de partout, nous le compilerons et ce sera presque une chaîne d'information continue en *breaking news*: il se passe quelque chose au Togo, au Vietnam... Ce sera vraiment partout. Nous jouons avec tout cela.

Techniquement, nous pouvons nous relier entre diffuseurs, nous parviendrons probablement à faire que la télé devienne une sorte de web, c'est-à-dire que les télé seraient interconnectées, nous pourrions passer de l'une à l'autre comme nous voulons, comme nous passons actuellement d'un site à l'autre. Les Japonais diffuseront bientôt en 8 K, je ne sais pas si vous imaginez, tout cela est très technique.

Qu'est-ce que cela vous inspire? Qu'est-ce que l'idée de participer aux 53 heures peut faire de concret? Est-il imaginable chez vous qu'un lieu soit ouvert 53 heures? Quelles sont les questions de sécurité posées? Je n'en sais rien, nous ne référons pas des fan zones avec des gens parkés.

Quel sera l'après? Est-ce que, chez vous, des gens peuvent être dédiés, ici ou là, à ce mouvement que nous essayons de créer, sur lequel il peut y avoir un rendez-vous régulier, cette application pouvant se transformer également en média qu'il faudra nourrir tous les jours parce que nous aurons envie de nous y retrouver, qui peut avoir la tête d'un réseau social hors GAFA? Nous pouvons tout imaginer; pour le moment, il n'y a pas de limite, elles seront juste, à un moment, budgétaires et techniques, mais au niveau des envies, plus on pose sur la table et mieux on se porte.

Je trouve incroyablement pertinent que nous nous soyons retrouvés, parce que je ne m'attendais pas à cette importance de la culture pour cette génération. La légitimité que vous avez, qui est un peu une légitimité que nous avons trouvée en faisant Generation What?, est que les jeunes respectent énormément le service public en Europe, même s'ils ne le regardent pas; ils connaissent très bien la différence entre des chaînes commerciales et du service public, donc une notion de respect s'installe qui est la même pour vous. Comment capitaliser cela? Comment fédérer des énergies? Tout reste à faire.