

CARNETS DE BORD

LES TACOS,
AMAZON ET
CORINNE MASIERO



Ce n'est pas un livre à ouvrir sur la plage. Pas même le soir dans son lit: ses 482 pages pèsent 850 grammes. Il est aussi conseillé de ne pas le déguster d'une traite mais d'aller y piocher, crayon de papier voire stabilo à la main, mille caractéristiques de la France de l'an 2021.

Dans *La France sous nos yeux* [éditions du Seuil], Jérôme Fourquet, l'un de nos plus fins analystes, dresse avec le journaliste Jean-Laurent Cassely un «atlas des modes de vie», ceux-ci illustrant selon eux «la grande métamorphose» du pays. «On en apprend autant aujourd'hui via les modes de vie et de consommation, qui restent certes liés à un niveau d'éducation et de revenus, explique Jérôme Fourquet, qu'avec les classifications de la sociologie traditionnelle».

On a coutume d'entendre les abonnés de l'analyse politique nous seriner, à longueur d'articles et d'émissions de télévision, que les Français n'aiment pas le changement, qu'ils sont d'un immobilisme rédhibitoire et contagieux, qu'ils refusent toute réforme et vivent les yeux tournés vers le monde d'hier. Ils seraient les «Gaulois réfractaires» décrits par Emmanuel Macron. En lisant *La France sous nos yeux*, qui se nourrit de statistiques, de littérature, d'étude des grands auteurs [de Fernand Braudel à Henri Mendras et Jean Fourastié] et d'observation directe, c'est tout le contraire qui explose.

La France de 2021 n'a plus grand-chose à voir avec celle des années 1980.

Internet, le e-commerce, les réseaux sociaux et le téléphone portable, après la désindustrialisation, le déclin du catholicisme et la perte de lustre de l'agriculture, avaient porté les premiers coups de boutoir à cette légende d'une France immobile: contraints ou forcés, avec ou sans formation, les Français ont bien dû s'adapter. Ils l'ont fait sans rechigner, voire avec un certain plaisir.

Aujourd'hui, les paysages même expriment le changement: les bases de loisirs ont remplacé les usines; les plateformes Amazon et les complexes cinématographiques ont fleuri sur tout le territoire; les maisons individuelles ont poussé à la périphérie des villes à côté de centres commerciaux qui se ressemblent tous; les banlieues se partagent «entre gentrification et ghet-

toisation»; en ville, on prend un Uber pour se déplacer, on se fait livrer un repas par Deliveroo en regardant une émission de Stéphane Plaza, on achète sa machine à laver sur le Bon coin, devenu selon les auteurs «le carrefour autrefois dévolu à la grande entreprise, à l'église ou au syndicat».

La métamorphose se niche jusque dans l'assiette: la blanquette de veau est en perte de vitesse chez les plus jeunes, les sushis et les tacos sont à la mode. Seul le steak-frites, ouf, garde ses adeptes dans toutes les générations...

DE JEAN-PAUL SARTRE À JEAN-MARIE BIGARD

Caricature? Sans doute, mais qui repose sur de vrais fondements: la consommation est de plus en plus dirigée vers le loisir, d'autant qu'on travaille bien moins qu'avant, ce qui fait dire à un autre chercheur avisé, Jean Viard, que «le hors travail structure de plus en plus le travail», au point que certains préfèrent gagner un peu moins mais travailler dans un environnement qu'ils jugent plus favorable. Une tendance accentuée par la pandémie de Covid-19, évidemment.

Tout cela n'implique pas que les Français soient plus heureux qu'avant. Déçus à tort ou à raison par la politique, repoussant les vieux partis qui leur parlent comme au temps du Front populaire pour les uns, des débuts de la 5^e République pour les autres, ils se jettent dans les bras d'un nouveau venu (Emmanuel Macron), sont tentés par les populistes (Marine Le Pen et, peut-être, Éric Zemmour) ou lorgnent sur les écologistes qui les mettent en garde contre le réchauffement climatique.

Lors de l'aventure des Gilets jaunes, dont la vérité était sur les ronds-points de province et non dans les bandes de casseurs manipulés des villes, on a vu la révolte soutenue par Corinne Masiero [*Commissaire Marleau*] et Jean-Marie Bigard quand, jadis, les mouvements sociaux recevaient le soutien de Jean-Paul Sartre ou de Pierre Bourdieu. Comme on dit aujourd'hui, ça pique!

Dans cette «France oubliée d'elle-même», Jérôme Fourquet livre sur l'abstention électorale cette analyse: «L'horizon des individus s'arrête à la recherche du bonheur individuel. C'est un retrait sans violence: tout comme on ne va plus à l'église, on ne



D'après photo DR

va plus voter. La vraie vie est ailleurs.»

Les auteurs, d'une réjouissante neutralité, ne disent pas si cette France est ou non pleine de promesses. Ils font néanmoins le constat d'un pays de consommateurs oubliant qu'ils sont aussi des citoyens.

MOURIR POUR LA PLANÈTE

Dans un exercice complémentaire, il faut lire *La fracture* (Éditions des Arènes) de Frédéric Dabi (complice de Fourquet à l'Ifop) et Steward Chau. Les deux auteurs analysent l'évolution de la jeunesse française grâce à une enquête menée auprès de 1500 personnes âgées de 18 à 30 ans. Depuis la fin des années 1950, lorsque la journaliste Françoise Giroud inventait le terme de «nouvelle vague», l'Ifop a réalisé cinq grandes enquêtes d'opinion de ce type.

La précédente datait de 1999. Depuis on a changé de siècle et les jeunes ont, plus violemment que leurs aînés, découvert le terrorisme islamiste de masse, le réchauffement climatique, le Covid-19 et toutes les grandes peurs qui les accompagnent. Ce sont, en quelque sorte et toutes proportions gardées, leurs guerres à eux. S'agit-il pour autant d'une «génération sacrifiée»? Emmanuel Macron a pu dire qu'«*il n'est pas facile d'avoir vingt ans en 2020*», mais ce n'était pas plus facile en 1913, 1939 ou 1960. Mais sûrement plus facile dans les deux dernières décennies du vingtième siècle. On connaît la phrase célèbre de Paul Nizan: «*Je ne laisserai personne dire que 20 ans est le plus bel âge de la vie*». Il ajoutait, et c'est moins connu: «*Tout menace de ruine un jeune homme.*»

Quelques chiffres claquent: seulement 47 % des jeunes estiment avoir «*de la chance*» de vivre cette époque. Ils étaient 83 % en 1999. Seulement 42 % estiment qu'«*il est nécessaire d'avoir un idéal pour vivre*», contre 78 % en 1957 et 82 % à la fin des années 1990. Confirmant une tendance du livre de Jérôme Fourquet, 44 % des 25-30 ans jugent «*important*» le quartier du travail qu'ils ont choisi avant de rejoindre une entreprise (seulement 29 % chez les plus de 50 ans). «*Vivre en conformité avec ses convictions et sa foi*» leur semble moins important qu'«*avoir du temps libre pour pouvoir profiter de la vie*». Le niveau

de bonheur des 18-30 ans a chuté de 27 points par rapport à 1999. Mais, adieu la génération 1968, ils plébiscitent la famille comme élément le plus essentiel pour avoir une vie réussie.

Plus attirée par l'égalité que par la liberté, sensible aux injustices de race et de genre, respectant les croyances et n'accordant pas à la laïcité la même importance que celles de ses aînés, cette génération vote aussi de moins en moins. Pourquoi? Parce que le vote est «*vain ou inutile*» (plus de 40 % des réponses). Et si le régime démocratique demeure leur préférence, ils sont tout de même autour de 60 % à préférer que ce soient «*les experts qui décident de ce qui semble le meilleur pour le pays*», autour de 45 % qui préféreraient que le chef du pays «*n'ait pas à se préoccuper du Parlement et des élections*» (52 % chez les 25-30 ans). Enfin, et c'est un chiffre qui confirme une tendance visible dans les études depuis plus de dix ans, 32 % des 18-20 ans et 38 % des 25-30 ans verraient bien «*l'armée diriger le pays*». Le pourcentage est même plus important dans les classes aisées que dans les milieux populaires.

Les auteurs disent avoir découvert «*une jeunesse à la fois désenchantée et résiliente, tolérante en matière de mœurs et de religion, mais aussi intransigeante sur l'égalité et le climat*», une génération qu'on «*ne peut pas réduire à la génération sacrifiée, génération pleurnicheuses ou génération Covid*» et qui se sent «*à part*» des autres générations par 87 %, contre seulement 17 % en 1957.

Ses trois mots préférés? «*Famille-Mérite-Partage*» quand ceux de l'ensemble des Français sont «*France-Responsabilité-Partage*». Ils placent moins haut que leurs aînés les mots *progrès, laïcité et travail*, mais plus haut *auto-entrepreneuriat et protection*. Europe n'arrive qu'en 21^e position (juste devant France) quand l'ensemble des Français placent Europe en 22^e position. *Féminisme* apparaît en 23^e position, alors que le mot est absent des vingt-quatre mots préférés des Français.

Enfin, 20 % des 18-30 ans seraient prêts à «*mourir pour le climat*» (ce qui resterait à définir) alors que «*mourir pour la patrie*» ne semble plus être à l'ordre du jour. Ils sont, résume Frédéric Dabi, «*des soldats du climat*». Dommage pour les écologistes qu'ils votent si peu... ■ **Béatrice HOUCARD**