



MoHo

2044, la Coalition des jeunes qui osent changer le monde

Résultats de la Consultation MoHo x BCG
Janvier 2021

*Analyses des résultats par Occurrenceavec le soutien
de la Fondation Hippocrène*

Une enquête terrain pour remettre les jeunes au cœur de la société

“ La jeunesse réclame des changements profonds dans notre société. C’est elle qui aura à subir les conséquences de la crise sur notre monde et les choix discutables faits lors des décennies passées. C’est donc à la jeunesse de prendre la parole pour inventer le jour d’après : un jour d’après plus équilibré, plus juste, plus humain. C’est pour cela que nous avons lancé 2044, la première coalition de la jeunesse décidée à s’emparer de son avenir et agir sur le terrain. »

Pierre-Emmanuel Saint-Esprit (28 ans)
Initiateur de 2044

MOHO

BCG



“ Les jeunes sont d’abord préoccupés par l’environnement mais lorsqu’il s’agit d’intervenir pour changer les choses, ce sont les thématiques d’inégalités qui ressortent en priorité, comme si le défi climatique paraissait finalement hors d’atteinte. Les gouvernements et les entreprises doivent accentuer leurs efforts pour convaincre les jeunes qu’ils agissent. L’information est fondamentale pour accélérer l’action. »

Lionel Aré – Directeur associé Senior au BCG

Une enquête terrain pour remettre les jeunes au cœur de la société



MoHo

MoHo est un **collectif autour des enjeux de transition écologique et d'inclusion numérique** en France, en Europe et dans le Monde, ayant pour objectif de mobiliser entrepreneurs, entreprises, scientifiques, étudiants, politiques et citoyens pour coconstruire des réponses efficaces et durables à ces problématiques.

BCG

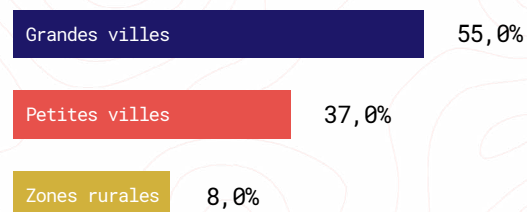
Le Boston Consulting Group (BCG) **accompagne les dirigeants du monde entier** (entreprises, États, ONG etc.). Nous sommes à leurs côtés pour les aider à relever leurs plus grands défis. Créé en 1963, BCG a été le pionnier du conseil en stratégie. Aujourd'hui, nous aidons nos clients dans toutes leurs transformations afin d'accélérer leur croissance, renforcer leur avantage concurrentiel et générer un réel impact.

Une consultation lancée auprès de jeunes Français afin de comprendre leurs principales préoccupations et leurs engagements

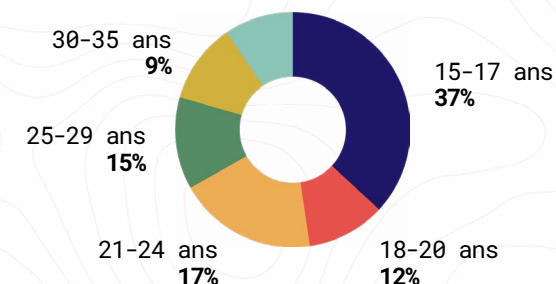
La consultation a été réalisée auprès de près de 700 français...



... habitant pour la majorité dans des grandes villes



... et dont ~90% ont moins de 35 ans



Remarque méthodologique :

- La consultation s'adresse uniquement à des répondants volontaires, afin de récolter un large nombre de réponses complètes.

Elle n'a cependant pas une vocation de représentativité de la population interrogée (aucun quota n'étant utilisé comme c'est le cas dans les sondages).

- La consultation était ouverte entre le 6 juin et le 30 septembre 2020.

Le questionnaire est constitué de 8 questions administrées en ligne via une cinquantaine d'associations œuvrant dans des domaines variés (dont ~35% dans la Tech/Digital/Entrepreneuriat, ~30% dans l'Insertion professionnelle/Egalité des chances, ~20% dans la Politique/Construction européen/Leadership,...) afin d'interroger des répondants de tous milieux.

Ce qu'ils nous ont dit



- **L'environnement ressort** comme la **préoccupation principale** des répondants (citée par ~60% d'entre eux), suivi par **l'éducation** et **la lutte contre les inégalités**.

Cependant, **les inégalités arrivent avant l'environnement comme problème prioritaire qui serait à résoudre** dans le cadre d'une entreprise ou d'une politique publique, et tout particulièrement pour les **répondants de moins de 25 an**.

- **85% des répondants se déclarent prêts à changer des aspects de leur mode de vie** pour un monde «plus juste et équilibré», en particulier en modifiant leurs modes **d'alimentation, de transport et de recyclage**.

Par ailleurs, **10% des répondants auraient besoin de conseils / d'informations**, ou d'une initiative porteuse pour réellement changer de mode de vie.

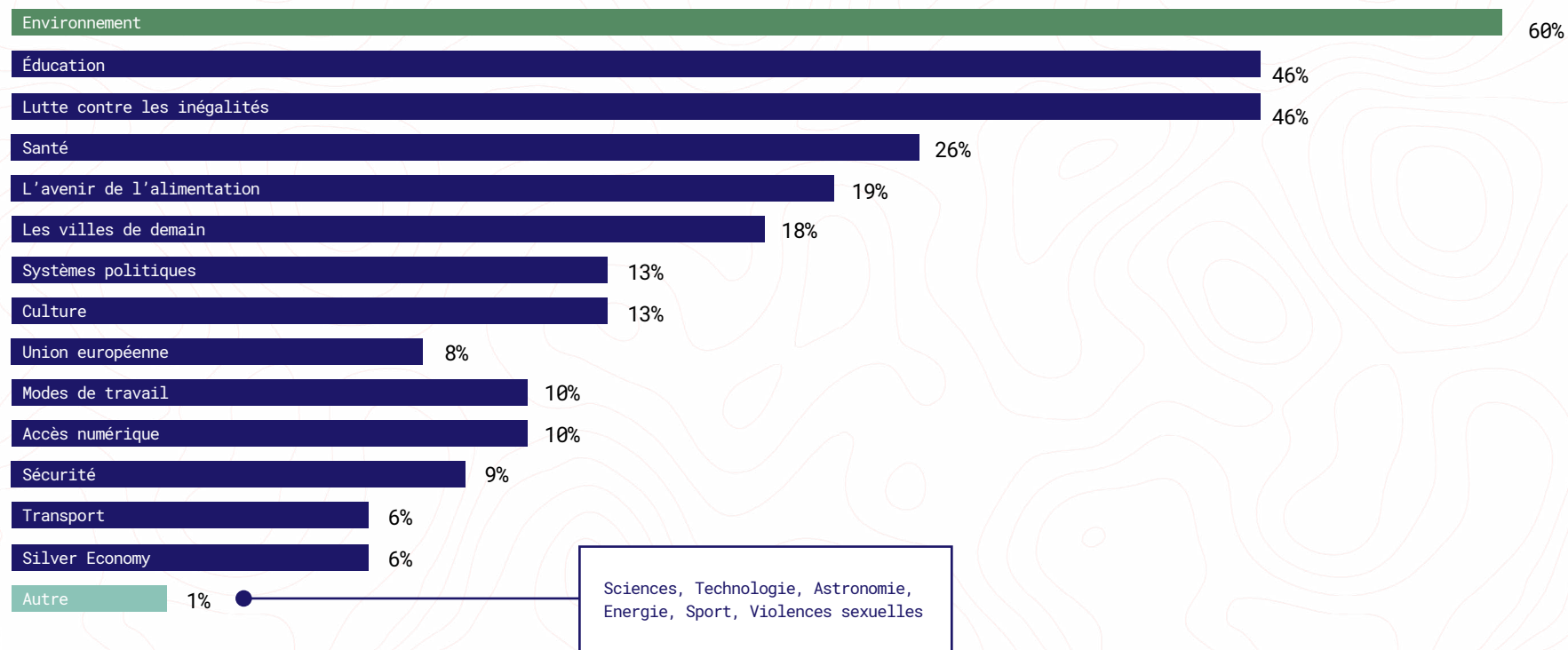
- **Plus de 70% des répondants envisagent un engagement au travers de leur activité professionnelle**, celui-ci passant principalement par l'exercice de leur métier.

Plus de 50% des répondants qui souhaitent s'engager via un projet entrepreneurial ont une **idée concrète** de ce qu'ils voudraient faire.

L'environnement ressort comme la préoccupation principale des répondants (citée par 60% d'entre eux), suivi par l'éducation et la lutte contre les inégalités

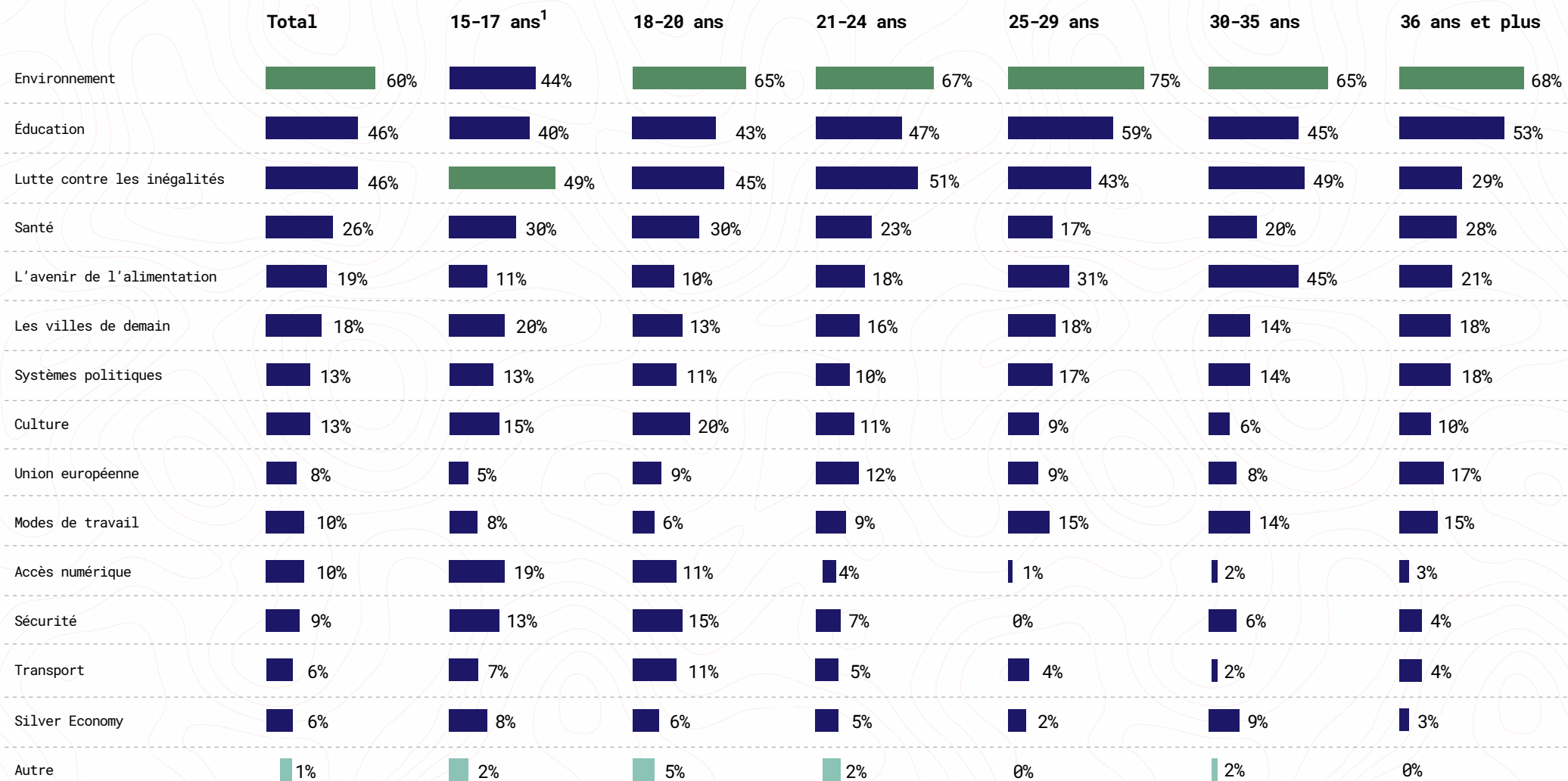


Principales préoccupations des répondants



Question : Quels sont les sujets qui te préoccupent le plus ? QCM 3 réponses max. / Base : 691 répondants

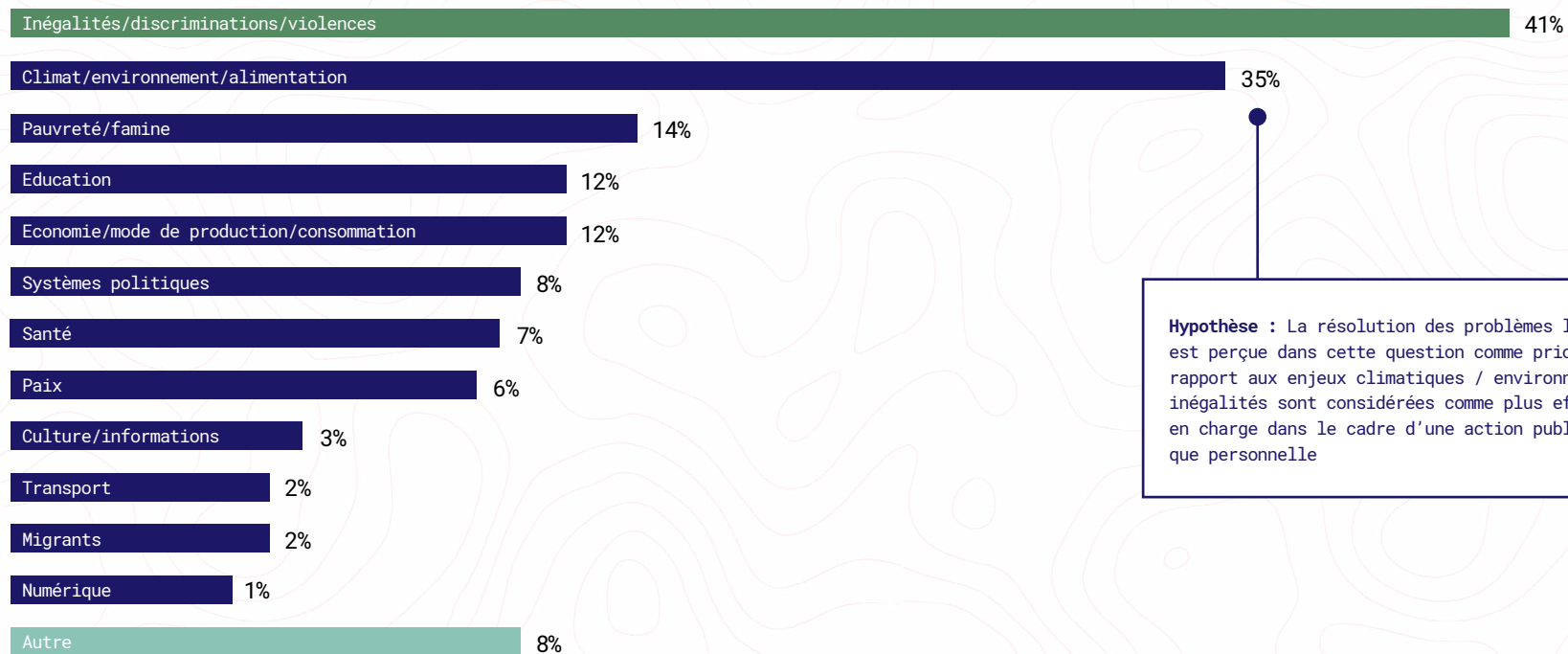
Zoom : L'environnement est la préoccupation majeure pour toutes les tranches d'âge, exceptée les 15-17 ans pour qui la lutte contre les inégalités est prioritaire



1. Incluant 9 répondants entre 14 et 15 ans

Cependant, les inégalités arrivent avant l'environnement comme problème à résoudre avec une entreprise ou une politique publique

Problèmes à résoudre avec une entreprise ou une politique publique selon les répondants

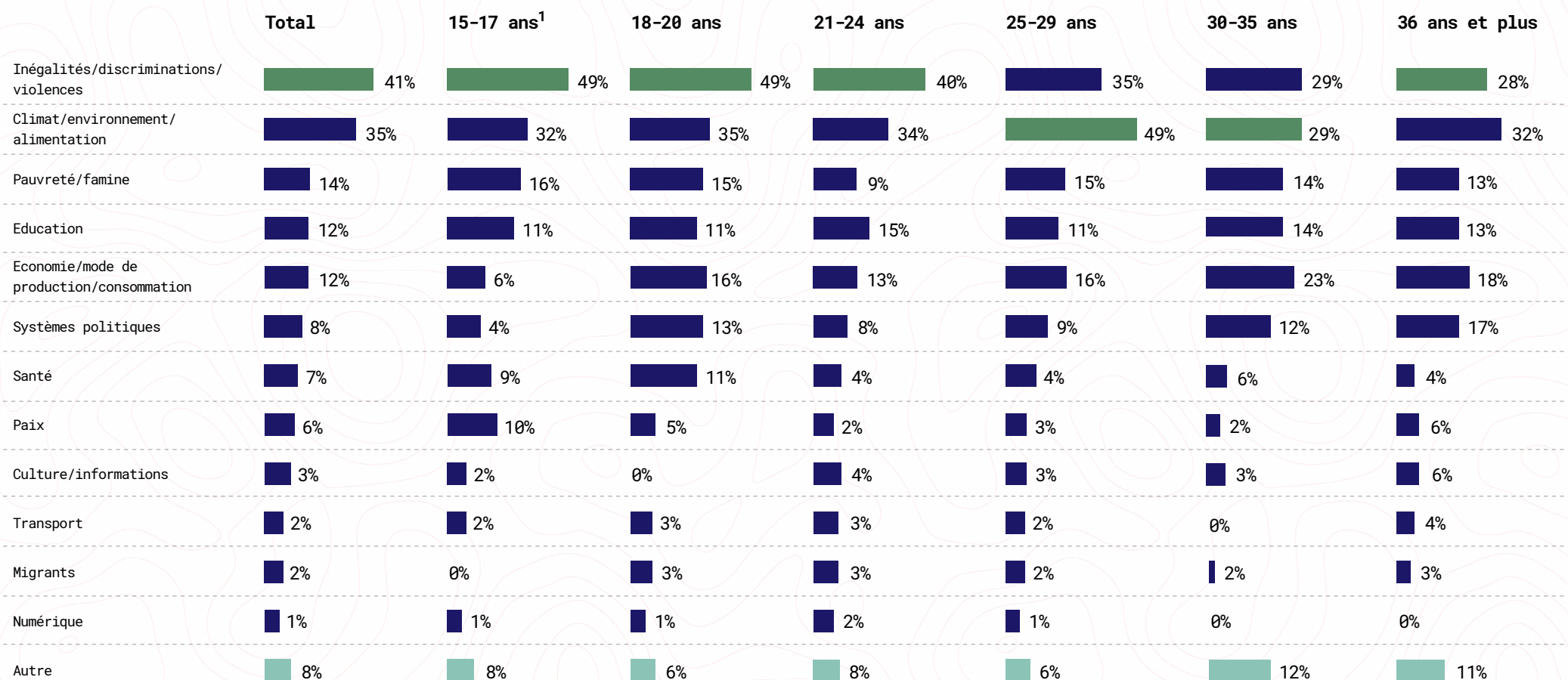


Hypothèse : La résolution des problèmes liés aux inégalités est perçue dans cette question comme prioritaire par rapport aux enjeux climatiques / environnementaux, car ces inégalités sont considérées comme plus efficacement prises en charge dans le cadre d'une action publique ou privée que personnelle

Question : Si tu avais une baguette magique, quels problèmes voudrais-tu que quelqu'un résolve demain (avec une entreprise ou une politique publique)?

Question ouverte / Base : 691 répondants

Zoom : Pour les répondants âgés de moins de 25 ans, les inégalités arrivent en tête mais la tendance s'inverse dans les tranches d'âges supérieures



1. Incluant 9 répondants entre 14 et 15 ans

Si tu avais une baguette magique,

quels problèmes voudrais-tu
que quelqu'un résolve demain
(avec une entreprise ou une
politique publique) ?

“ J'aimerais que toutes les grandes entreprises n'utilisent que des emballages durables pour les produits et l'expédition. Plus de plastique. Dans leurs publicités, elles devraient mettre en avant une variété d'ethnies et de corps, oui, même des hommes sans abdos ! ”

Economie/mode de production/consommation

“ Construire des projets locaux sur l'autosuffisance alimentaire, les coopératives énergétiques et accroître la coopération entre les citoyens au sein d'une communauté (capital social). Je voudrais également renforcer fortement le niveau d'adaptation de nos villes avec des projets visant à atténuer les effets du changement climatique ”

Climat/environnement/alimentation

“ Inviter davantage de minorités à devenir membres du conseil d'administration et à faire partie des institutions culturelles. Je voudrais également que les 2 parents bénéficient d'un congé parental de qualité, long. S'il y a des personnes qui choisissent de ne pas avoir d'enfants, elles devraient également pouvoir bénéficier d'une option de congé, mais avec des objectifs précis, comme l'apprentissage d'une nouvelle compétence...”

Inégalités/discriminations/violences

“ Les inégalités d'accès à des formations post bac, quelle que soit l'origine socio culturelle du jeune. J'ai aussi lu qu'à niveau socioculturel équivalent, les jeunes qui habitent à la campagne ont moins de chances d'accéder à des formations supérieures car le coût des études pour les familles rurales est plus élevé (logement étudiant à payer en plus). Je pense qu'il faudrait développer des solutions alternatives pour ces jeunes : accès plus souple aux cours à distance, aide au financement d'un logement ou d'un véhicule sans tenir compte des revenus du foyer, créer des logements disponibles à des coûts attractifs «à la nuitée» pour ces étudiants, etc. »

Education

“ La priorité de l'éducation s'accompagne majoritairement d'une volonté de changement du système éducatif.”

Education

“ L'accès équitable à une alimentation saine et nutritive pour tous en fonction de réels besoin, afin d'éviter surconsommation et gaspillage. L'accès à de la nourriture faite sur place au prix de la junk food. La création d'ateliers pour décorer son assiette et susciter l'envie de manger des fruits et légumes. L'apprentissage du jardinage et de la biologie végétale à tout âge, et dès le plus jeune âge. Ainsi chacun et chacune retrouvent ses 5 sens dans l'alimentation voire au-delà dans le jardin”

Climat/environnement/alimentation

“ Ce serait génial de travailler avec des acteurs clés pour trouver un moyen de résoudre plusieurs problèmes de genre, de l'inégalité des sexes à la violence sexuelle par une éducation sexuelle positive. En travaillant avec les centres de soins, les écoles, les parents, les éducateurs, les médias sociaux, nous pouvons créer un nouvel environnement et une socialisation sexuelle qui expliquent certaines idées fausses centrales sur le genre, la sexualité, le consentement, le désir sexuel, le plaisir sexuel et la santé sexuelle afin d'aider à résoudre la violence sexuelle, la violence liée au genre, les problèmes sexuels fondés sur des croyances sociales (erronées)»

Inégalités/discriminations/violences

“ Si cela arrive, il y aurait tellement de choses à résoudre dans ce monde qui se détruit de plus en plus. Mais d'abord le racisme et la discrimination envers les noirs, les indigènes, la communauté LGBTQ+, les asiatiques etc... Ainsi que le système de santé dans le monde comme en Amérique avec l'assurance. Résoudre la crise humanitaire du Yémen surtout. Honnêtement je pourrais continuer mais il y a tellement de choses que même une baguette magique ne pourrait pas résoudre. Elle pourrait y contribuer mais les acteurs les plus importants c'est nous même. »

Inégalités/discriminations/violences

“ Changer le système politique de telle sorte que l'environnement, l'éducation et tout enjeu primordial aux «yeux de la science» soit plus reconnu permettant de donner une réelle importance de manière lucide et réfléchie.»

Systèmes politiques

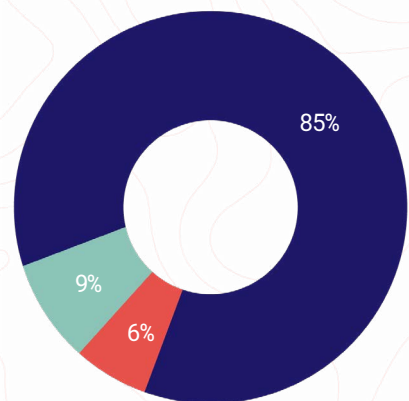
“ Rendre les producteurs responsables de la circularité de leurs produits/services via une politique nationale, taxer les entreprises qui fondent leur activité sur l'extraction de ressources, intégrer la durabilité/l'économie circulaire dans les programmes scolaires, trouver un moyen de faire participer les citoyens, car c'est de là que vient la demande de changement.”

Economie/mode de production/consommation

85% des répondants

sont prêts à changer leur mode de vie « pour un monde plus juste et équilibré » en modifiant leurs modes d'alimentation, de transport et de recyclage

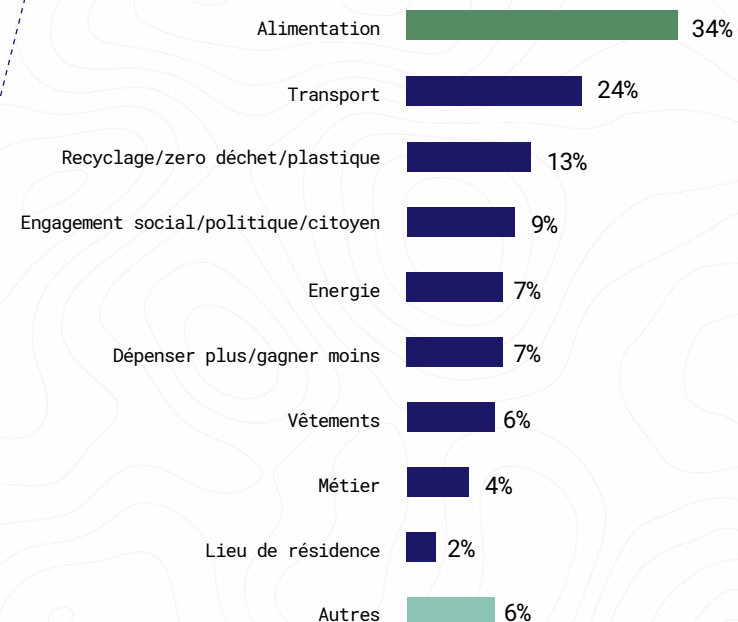
La quasi-totalité des répondants se dit prête à changer son mode de vie pour un monde plus juste et équilibré...



85% des répondants se déclarent prêts à s'engager, et 9% seraient prêts à s'engager mais auraient besoin de conseils, d'informations ou d'initiatives porteuses pour le faire.

- Pas prêt à s'engager
- Prêt à s'engager mais nécessite des conseils, informations ou des initiatives porteuses
- Prêt à s'engager sur un ou plusieurs aspects déjà identifiés

Les leviers principaux envisagés pour changer de mode de vie sont l'Alimentation, le Transport et le Recyclage



Question : Que serais-tu prêt à changer demain dans ton mode de vie pour un monde plus juste et équilibré ; Question ouverte / Base : 691 répondants

Que serais-tu prêt à changer demain

dans ton mode de vie et de consommation pour un monde plus juste et équilibré ?

“

Je serais prête à aider les défavorisés au niveau de l'éducation scolaire, mais aussi au niveau culturel car je crois fermement que la culture est une clé importante de la réussite au même titre que l'éducation. Si je suis plus aisée que la moyenne je serai prête à donner au plus pauvres et à payer plus d'impôts et de taxes. Je veux faire le maximum pour un monde plus égale mais la différence fait parti du monde donc je ne voudrait pas d'un monde équitable. Comme l'égalité ne peut être atteinte que si tous les gens partent du même point de départ et ont les mêmes besoins, on ne connaîtra alors jamais de monde égalitaire parfait mais il est possible de s'en approcher.»

Engagement social/politique/citoyen

“

Changement radical de mes modes de consommation (alimentation végétarienne et bio au max, habitation en logement collectif et petit, produits du quotidien issu du marché de seconde main etc.) et de mobilité (arrêt de l'avion, vacances locales, transports doux au quotidien etc.) - quid d'avoir des enfants ?»

Mode de consommation/habitudes

“

«Je fais des dons mensuels aux associations qui me tiennent à cœur, rien de bien énorme, étant étudiante. Je donne de l'argent à chaque SDF que je croise, à partir du moment où celle-ci fait quelque chose: musique, arts en tous genre, etc... Pas besoin que ce soit exceptionnel mais qu'il y ait un effort.»

Dépenser plus/gagner moins

« Chaque jour, j'essaie de simplifier mon mode de vie (consommation locale, zéro déchet, etc.). Cela améliore à la fois mon mode de vie et celui de ma ville et de mon environnement.»

Recyclage/zéro déchet/plastique

« Je voudrais commencer à manifester, faire entendre ma voix bien que je sois jeune. J'en parle à mes proches ou bien je partage dans des groupes sur discord, whatsapp etc... Je vais sur Omegle et tape exemple racisme et j'en discute avec des personnes du tchat. Je voudrais être moins timide et tenir tête aux gens qui ont tort. Faire attention à ce que j'achète pour que les profits reviennent aux gens qui le méritent et non qu'ils soient mal payés pour le dur labeur qu'ils effectuent. Je voudrais aussi participer à des associations ou bien des voyages pour aider.»

Engagement social/politique/citoyen

« Être payé moins pour mener une activité positive et vertueuse auprès d'entreprises responsables - avoir moins de responsabilités et une carrière moins grande ?»

Dépenser plus/gagner moins

« Je commence déjà à manger bio, je consomme moins de viande qu'auparavant, sans me lancer dans les extrêmes "vegan" et autres. »

Alimentation

« Les comportements individuels une fois additionnés forment un tout, et peuvent, je le pense, avoir un grand impact sur notre société. Ainsi, personnellement, j'essaie d'apporter ma contribution à l'amélioration écologique, à travers des actions simples qui sont à ma portée. J'ai commencé à changer ma manière de consommer, aussi bien énergétique qu'économique. Par exemple, il est important de débrancher sa prise après utilisation pour ne pas dépensez plus que nécessaire. Dans Paris, il existe également l'opération luciole visant à éteindre le soir les lumières LED allumées des magasins fermés. »

Mode de consommation/habitudes

« Régime végétarien et produits locaux (zéro kilomètre).»

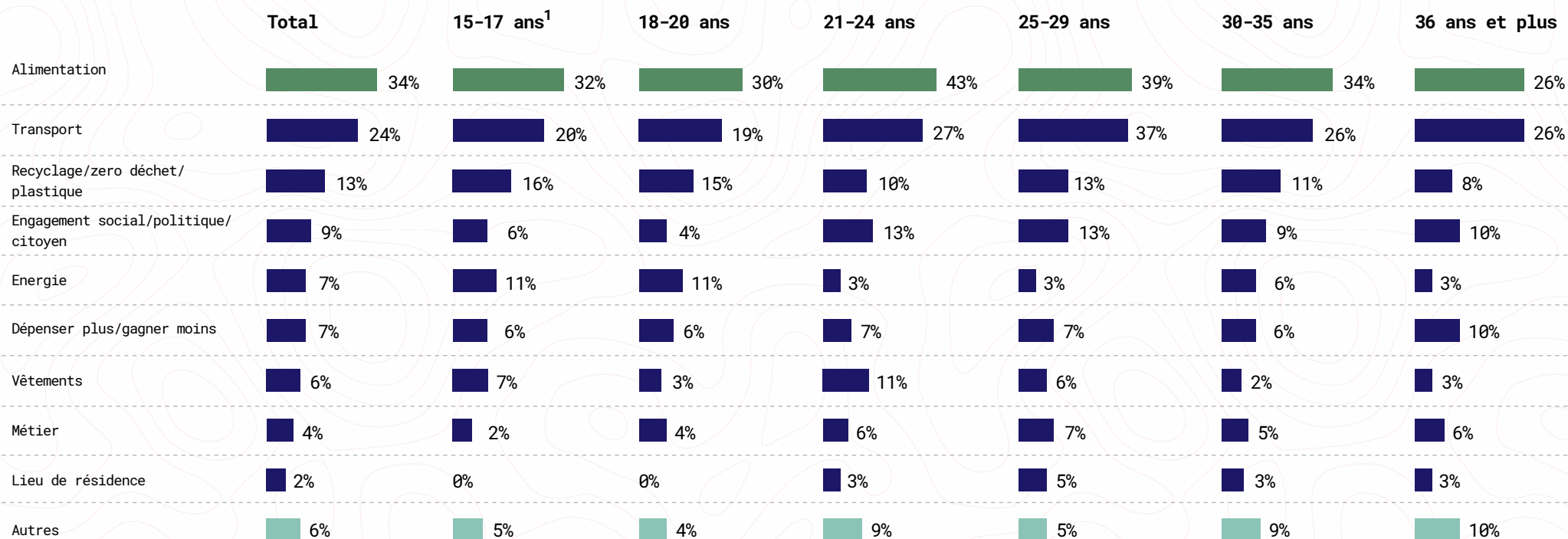
Alimentation

« Je serais prêt à réduire au grand maximum ma production de déchets et de gaz à effet de serre.»

Recyclage/zéro déchet/plastique




Zoom : L'alimentation est le mode d'engagement majeur quelle que soit la tranche d'âge, mais la part du transport augmente après 21 ans

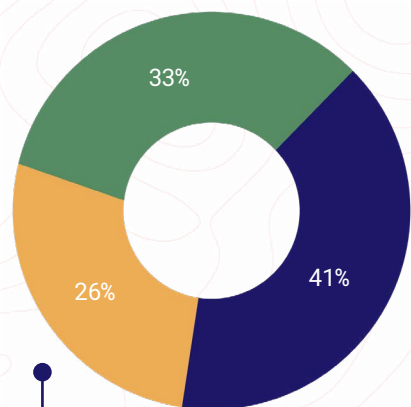





1. Incluant 9 répondants entre 14 et 15 ans

Plus de 70% des répondants

**envisagent un engagement
au travers de leur activité
professionnelle (celui-ci passant
principalement par l'exercice
de leur métier)**

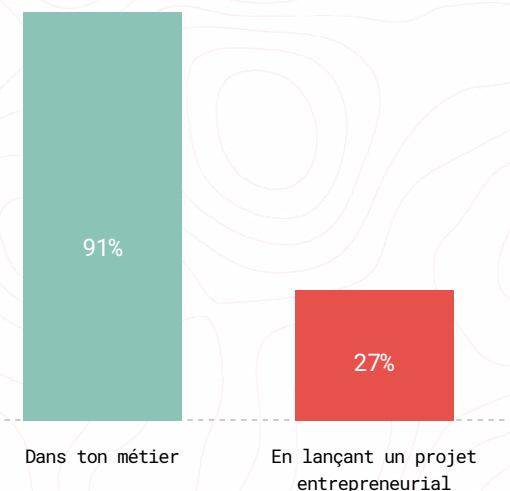
 Plus de 70% des répondants envisagent un engagement via leur sphère professionnelle



-  Dans le cadre personnel
-  Dans le cadre professionnel
-  Les deux

Incluant également le **partage d'expertise professionnel** dans un cadre personnel (e.g., engagement associatif, etc.)

Parmi ceux envisageant un engagement professionnel, cela passeraient pour la grande majorité d'entre par leur métier, et dans une moindre mesure via un projet entrepreneurial

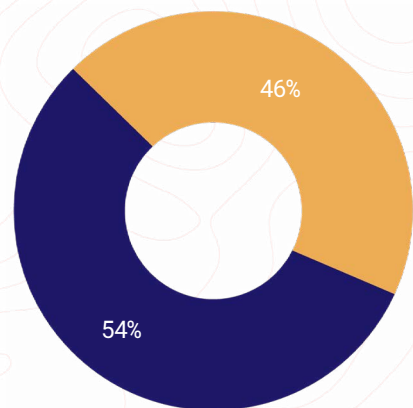


Question : Comment penses-tu t'engager ?
QCM / Base : 679 répondants

Plus de 50% des répondants

qui souhaitent s'engager via un projet entrepreneurial ont une idée concrète de ce qu'ils voudraient faire

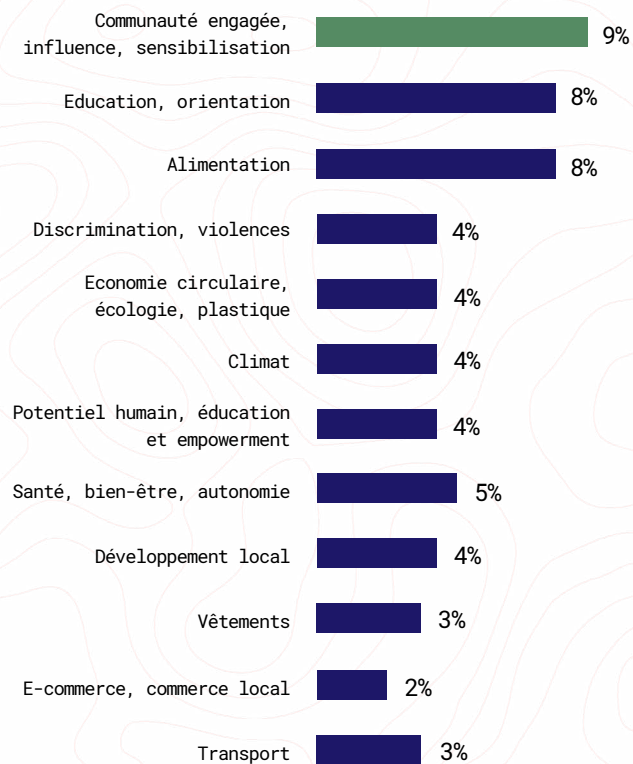
54% des répondants qui souhaitent s'engager ont une idée concrète ou un projet lancé...



Près de ~45% des répondants qui souhaitent s'engager dans un projet entrepreneurial n'ont pas d'idée concrète

- N'a pas d'idée concrète
- A une idée ou un projet lancé

Parmi les répondants ayant déjà une idée, c'est le thème de la communauté engagée et de l'influence qui arrive en premier



Question : Peux-tu décrire ton projet entrepreneurial?
Question ouverte / Base : 137 répondants

Ce qu'en disent nos expertes

“ Même si les préoccupations mises en avant dans cette enquête semblent évidentes, plus on en parle et mieux c'est. La mise en lumière des inégalités, le soucis pour l'environnement, c'est une manière de participer à la prise de conscience.

Il y a une forme de lucidité chez les jeunes, sans doute grâce aux progrès de l'information. Mais c'est aussi parce que la jeunesse est la première victime de la crise, cette génération dénonce ce qu'elle voit mais aussi ce qu'elle vit.

Je suis très optimiste sur cette génération 2044 et sa capacité à s'adapter, trouver des solutions. C'est une génération qui a d'énormes ressources. C'est aussi la génération de l'image, qui maîtrise très bien les outils de communication et je pense que ça a une puissance incroyable.

C'est aux jeunes de s'emparer des commandes, de prendre dès que possible les rênes des leviers de décisions.



L'engagement associatif un moyen très efficace pour apprendre, agir, partager ses préoccupations.

Là où nous pouvons encore les aider, c'est à s'informer de manière juste, à partir de sources fiables. »

**Isabelle Giordano – Journaliste,
Présidente fondatrice de Cinéma pour tous,
Déléguée générale de la Fondation BNPParibas**



Ce qu'en disent nos expertes

“ Je retrouve dans cette enquête les étudiants que je peux avoir en face de moi, des jeunes qui ne savent pas forcément encore ce qu'ils vont faire mais qui ont cette envie de participer à la transformation de la société sur des sujets particuliers, tout ce qui est environnement, inégalités. Vouloir faire un travail dans lequel il y a un sens est quelque chose que j'entends beaucoup.

On est en train de passer d'un monde où l'on croyait encore qu'un choc technologique allait permettre de résoudre tous les problèmes, à la prise de conscience du besoin de changements profonds de mode de consommation. Or pour l'instant l'action publique est encore très tournée vers les innovations. En termes de changement de modes de consommation, les jeunes réalisent que cela ne va pas venir tout seul mais ne savent pas toujours comment agir pour que leurs actions aient un impact réel. L'accès à l'information sur ce sujets est clef. En tant qu'économiste, je pense que les signaux de prix peuvent être un moyen efficace, par exemple que les produits polluants coûtent plus cher...

Il faut travailler également sur l'acceptabilité de la transition écologique, et sur qui en porte le coût entre les jeunes et les vieux, les pauvres et les riches.

La société et donc le gouvernement doit prendre conscience que les inégalités sont une vraie perte, et que la seule façon efficace d'avancer c'est par les quotas et la discrimination positive. »

Isabelle Méjean – Docteur en économie de l'Université Paris 1, professeure à l'Ecole Polytechnique, lauréate en 2020 du Prix du meilleur jeune économiste



Ce qu'en disent nos expertes

“ Les résultats de cette enquête au niveau français reflètent les tendances de la jeunesse qui est à la fois sensible aux problématiques que notre société affronte (environnement, inégalité, éducation) et engagée, prête à modifier ses habitudes, ses pratiques et à agir au niveau professionnel et/ou bénévolement sur le terrain.

Il serait particulièrement pertinent de pouvoir confronter ces données à des résultats d'autres pays de l'Union européenne afin de pouvoir avoir une lecture plus approfondie ; au-delà, savoir si ces jeunes imaginent pouvoir s'engager à l'échelle européenne, en travaillant avec des jeunes d'autres pays d'Europe, afin d'avoir un impact supérieur dans la résolution de leurs principales préoccupations. Savoir si les jeunes considèrent que l'Union européenne est un cadre favorisant la réussite de leur engagement serait également un élément d'analyse précieux.

Notre expérience à la Fondation Hippocrène nous montre que la mise en pratique de

la coopération entre Européens est un gage d'inventivité et d'efficacité dans les actions, que l'Europe fait tomber des barrières, qu'elle apporte souvent plus de solutions que de problèmes. Les jeunes ont beaucoup à gagner en s'appropriant l'Europe en tant que partenaire de leur engagement. C'est tout l'enjeu d'une initiative d'envergure comme 2044 qui s'appuie sur les préoccupations des jeunes Européens : donner aux jeunes Européens les clés pour mener à bien leur projet d'aujourd'hui et construire leur Europe de demain. »

Dorothee Merville-Durand
Directrice de la Fondation Hippocrène



Et maintenant ?

Si 2020 a été une année difficile pour la jeunesse, la privant brutalement d'interactions sociales et de perspectives claires, elle a également permis une **prise de conscience nécessaire et bénéfique des problèmes prioritaires** à adresser pour construire/reconstruire un monde plus durable, plus sain et mieux partagé.

Le constat que de nombreuses actions, qu'elles soient portées par des start-ups, des associations, les pouvoirs publics... n'aboutissent pas tout simplement parce qu'elles ne répondent pas, ou mal, à un besoin identifié de la population ciblée, nous a incités à remonter à la source et à interroger les jeunes sur ce qu'ils jugent prioritaires à changer dès maintenant pour qu'en 2044, quand ils représenteront la classe active et décisionnaire, ils puissent bénéficier des **effets positifs des décisions prises aujourd'hui**.

La lutte contre les inégalités, la protection de l'environnement et l'éducation sont ressorties comme leurs principales

préoccupations. Parce qu'elles sont la clé pour résoudre les autres problèmes et que la jeunesse l'a bien compris.

En 2021, nous continuerons à faire vivre le projet 2044 en le partageant, en faisant réagir d'autres personnes sur le sujet, car il est important que ces prises de conscience et actions de sensibilisation soient reprises, partagées, appropriées. Et bien sûr en la remettant à des jeunes engagés, car c'est à eux.elles de s'emparer des commandes, de **prendre dès que possible les rênes des leviers de décisions**.

En tant que collider, **MoHo soutiendra les actions qui pourront se dégager** en rassemblant les diverses compétences et expertises nécessaires à aller vite et efficacement au but recherché.

Vous avez un projet pour répondre aux enjeux de 2044 ? N'hésitez pas à venir nous en parler !

L'équipe MoHo

Nous sommes de plus en plus nombreux à nous engager.

**Quelques idées pour passer le pas
et trouver l'action qui te ressemble.**

Pour plus d'informations et d'autres ressources
dignes de confiance, direction le site de MoHo

Tous confinés tous engagés – Un mouvement où chacun peut trouver sa place
<https://confines-engages.fr/>

Vivons heureux avant la fin du monde – des podcasts plein de bonnes idées
pour alerter, éveiller et rassurer sur un autre monde possible

https://www.arteradio.com/emission/vivons_heureux_avant_la_fin_du_monde

Il faut sauver – 100 solutions écologiques répliquables <http://ilfautsauver.org/>

Les Hauts-parleurs – Réseau de jeunes reporters engagés http://www.fablabchannel.com/category_video/les-haut-parleurs/

Make Sense – Des programmes pour donner à tou.te.s le pouvoir d'agir et
de nombreux événements ouverts à tou.te.s <https://makesense.org/>

Pour un réveil écologique – Manifeste étudiant <https://pour-un-reveil-ecologique.org/fr/>

Alumni for the planet – Le réseau des diplômés de l'enseignement supérieur
français qui s'engagent et agissent pour le climat et l'environnement
<https://alumnifortheplanet.org/>

Orléans zéro plastique – Une ville qui s'engage pour réduire le plastique
<https://www.instagram.com/orleanszeroplastique/>

Roots & Shoots – Programme éducatif international, humanitaire et
environnemental, pour et par les jeunes, porté par le Jane Goodall
Institute

<https://rootsandshoots.fr/>

Compass – Le programme d'orientation du Schoollab et sa Newsletter pleine
de bonnes infos <https://theschoollab.com/orientation-scolaire/>

La fresque du climat – 42 cartes pour comprendre le dérèglement climatique
<https://fresqueduclimat.org/>

Pour en savoir plus sur les question économiques et sociales –

L'institut des politiques publiques <https://www.ipp.eu/>

Blog de l'INSEE Mesurer pour comprendre <https://blog.insee.fr/>

Parce que le réseau fait la force, merci à nos partenaires

Remerciements spéciaux



Cette étude n'aurait pas été possible sans le soutien financier de la Fondation Hippocrène.

La Fondation Hippocrène est une fondation reconnue d'utilité publique familiale et indépendante qui œuvre pour qu'une véritable citoyenneté européenne soit construite jour après jour par les jeunes d'Europe. Elle soutient la réalisation de projets concrets portés par ou pour les jeunes européens dans tous les domaines qui permettent le dialogue et le partage au service d'une citoyenneté européenne commune.



L'analyse des données a été réalisée par le Cabinet Occurrence.

Occurrence est un cabinet d'études et de conseil indépendant spécialisé dans l'évaluation de la communication et la mesure de l'efficacité.

Liste des partenaires français

Nos principaux partenaires français, qui ont relayé l'enquête auprès de leurs jeunes publics et ont permis d'avoir un panel de répondants très variés :

Institut de l'Engagement, Institut Open Diplomacy, Mouvement Impact France, CEMS, Pass Culture / Ministère Culture, Impact Jeunes, Les Déterminés, Latitudes, Voxe, Atelier Europe, Collectif WAO / U7, Erasmus, Pôle Diversité et Réussite Ecole Polytechnique, Jeunes des REAIX, Schoolab Starter, Les Etudiants de la Tech, Le Choix de l'Ecole, ESSEC Initiatives, Ticket for change, Live for good, Article 1, Groupe SOS, Sparknews, Hello Caen, Entrepreneurs dans la ville, JEDI, Y4CN, PEPITE Normandie, Edtech France, Croix-rouge française - Accélérateur 21, Jane Goodall Institute France, Cinéma pour tous, ESN France, Makesense



The background features a repeating pattern of stylized flags and geometric shapes. The flags include the Union Jack, the Swiss flag, and the flag of the United Kingdom. The geometric shapes are composed of various colors like blue, green, red, and yellow, arranged in a way that creates a sense of movement and depth. The overall design is modern and vibrant.

MUHO

**2044, la Coalition des jeunes qui
osent changer le monde**

Pour plus d'informations visitez
les sites moho.co et 2044.ai

Contact sylvie@moho.co