

Just Amazing ...

26 mai 2008, 6h00 du matin, je décolle de Bordeaux afin de rejoindre l'aéroport de Charles de Gaulle, pour enfin décoller vers les Etats-Unis... Un long voyage m'attend jusqu'à mon point d'arrivée : la célèbre et prestigieuse Université de Berkeley. Ce sera mon premier voyage aux Etats-Unis. Bien qu'ayant beaucoup voyagé précédemment, je ressens une excitation et une curiosité toutes particulières, car je rêve de poser les pieds sur le territoire américain depuis ma plus tendre enfance... En effet, les Etats-Unis m'ont toujours beaucoup intriguée. Il me tarde de savoir si toutes les idées préconçues que je me suis faite sur ce pays tout au long des vingt-trois dernières années vont s'avérer vraies... Allez Julie, sois patiente, dans un peu moins de vingt heures, tu toucheras le sol américain ; encore mieux... le sol de l'Etat incroyable et rêvé de Californie...



Petit tour d'horizon de cet Etat : avec une population de plus de 35 millions d'habitants, représentant 12% de la population américaine, la Californie est l'Etat le plus peuplé des Etats-Unis. Son économie représente 14% du Produit Intérieur Brut des USA. Si la Californie était indépendante, ce serait la sixième puissance économique mondiale... (Sans commentaire !) Outre les chiffres, en

réalité, le gigantisme et la démesure de cet Etat impressionnent, intriguent... et étonnent.

J'évoquerai l'originalité du fonctionnement de l'Université de Berkeley par rapport à celui des établissements d'enseignement français. En effet, l'opportunité d'étudier six semaines au sein d'une des plus prestigieuses Universités au monde (NB : celle-ci recense le plus grand nombre de Prix Nobel au mètre carré), m'a permis de découvrir le statut d'étudiant sur un campus à dimension américaine, de vivre « dans la peau » de ce dernier, et donc conféré la capacité d'évaluation et de comparaison avec les infrastructures et le système éducatif français.

Cette expérience m'a également permis de découvrir et de profiter de la vie à San Francisco. Cette ville est magnifique, surprenante, et comme les américains la qualifient, « la ville la plus européenne des Etats-Unis », qui permet de se reposer des Etats-Unis ». Après ces six semaines passées à Berkeley et San Francisco, j'ai eu la chance d'aller visiter d'autres villes phares des Etats-Unis : dix jours à Los Angeles, trois jours à Las Vegas et quatre jours à New-York. Les expériences vécues dans ces différentes villes m'ont permis d'enrichir mes sources d'étonnement, et je ne me baserai donc pas seulement sur mon séjour à Berkeley et San Francisco pour aborder certains points ayant stimulé ma curiosité et suscité mon étonnement : produits, campagnes publicitaires, services, concepts, pratiques originales, entreprises, etc.

Produits étonnants

Avant mon départ, je m'attendais bien sur à être surprise par la « gastronomie » américaine (les guillemets s'imposent d'eux-mêmes ici !). Effectivement, je fus surprise, et ce n'est rien de le dire... En exagérant ne serait-ce qu'un peu, je me permets d'affirmer que les américains ne CONNAISSENT PAS la gastronomie. Ils connaissent la « BOUFFE », ou plutôt la « MALBOUFFE » !!! J'ai eu l'impression que le but des américains lorsqu'ils mangeaient n'était pas de se faire plaisir, de savourer ou encore de déguster, mais plutôt de se « remplir ». Par exemple, ma surprise fût grande lorsque j'ai eu le « bonheur » de découvrir les céréales fluo servies au petit-déjeuner !



Je me demande vraiment la nature des colorants ajoutés à la recette industrielle de ces céréales. Elles sont tellement fluorescentes que je pense qu'il est possible de les discerner dans le noir... A ce sujet, je me demande également quels conservateurs sont ajoutés aux fruits et légumes (qui n'ont d'ailleurs aucun goût). En effet, j'ai laissé une pomme verte (elle aussi fluo !) sur mon bureau en plein soleil pendant plus de trois semaines... elle est restée identique. La conclusion s'est imposée d'elle-même : quelque

chose était étrange... Je n'ai cependant pas eu le choix, si je voulais essayer de manger « sainement », je devais continuer à manger ces fruits et légumes en « plastique » !

Campagnes publicitaires

Aux Etats-Unis, la publicité est omniprésente, et paraît moins réglementée qu'en France. Les supports sont plus nombreux et surtout plus diversifiés. Presque tout est sujet à faire de la publicité, même les humains. Il n'est pas rare de croiser des « hommes - sandwiches », ou même de voir une personne agiter un panneau sur le bord de la route afin de promouvoir un magasin ou un restaurant à proximité. L'avantage de ce moyen de publicité est qu'il crée du travail.

Parmi de nombreuses publicités m'ayant étonnées, deux ont particulièrement retenu mon attention pour des raisons différentes.

La première est une publicité pour des armes à feu, et surtout pour aller les essayer dans un magasin. Cette publicité était sur un taxi à Las Vegas.



La deuxième est une publicité pour la sortie du film « Tropic Thunder ». Répondant à l'importance de l'industrie cinématographique américaine, les campagnes publicitaires sont impressionnantes. Celle qui m'a

marquée était une peinture de l'affiche du film, qui occupait les façades de trois immeubles dans le « down-town » de Los Angeles.



Services

Dans la majorité des services proposés aux Etats-Unis, le « maître-mot » est : rapidité. Ici, on veut consommer tout de suite, et vite, très vite. Cette exigence de rapidité et de productivité s'applique même à un secteur très surprenant : la fonction publique. Là où, en France, personne ne se préoccupe de la rapidité, aux Etats-Unis, c'est l'objectif recherché. En effet, en voici un exemple concret et insolite : le « Minute Maid ». C'est une voiture monoplace électrique, blindée, qui permet aux contractuels de mettre un maximum de Procès Verbaux sur les automobiles mal stationnées à l'heure.

Dans le domaine du tourisme, deux services originaux m'ont marquée. Le premier, « Go Car », propose une visite de San Francisco guidée par une voiture électrique informatisée. Le second, « San Francisco Duck Tour », propose de visiter la ville et la baie en voiture amphibie.

Concepts sportifs, festifs ou culturels originaux

Au niveau culturel, j'ai évidemment fait la visite incontournable de l'île d'Alcatraz. Cette île hébergea pendant

quelques décennies une forteresse, puis une prison fédérale de haute sécurité. Aujourd'hui, le complexe d'Alcatraz a été reconverti en un site historique en 1973, et est aujourd'hui l'un des lieux touristiques les plus fréquentés de la région de San Francisco. Alcatraz a accueilli les détenus les plus dangereux du pays, ceux qui refusaient de se conformer aux règles dans les autres prisons fédérales. D'ailleurs, à l'entrée, un grand panneau en noir et blanc cite « Break the rules and you go to prison, break the prison rules and you go to Alcatraz ».

Les différents bâtiments de la prison ont été conservés à l'identique. Lorsque l'on visite ce pénitencier, c'est grâce à cette authenticité que l'on peut essayer de ressentir les conditions de vie extrêmes qui régnaient dans les cellules.



La visite guidée audio, grâce à des écouteurs sur les oreilles, permet de comprendre le fonctionnement de la prison, et de découvrir des anecdotes passées.

Un autre concept original m'a interpellée. Ce dernier est un concept à la fois festif et culturel. En effet, une galerie d'art contemporain

située au cœur de San Francisco ouverte en journée, ouvre ses portes en soirée une fois par semaine. En effet, tous les mercredis soirs, cette galerie se transforme en boîte de nuit très branchée à l'ambiance lounge. Ce concept a retenu mon attention, car l'association entre la fête et la culture peut permettre d'initier certaines personnes à l'art contemporain, bien qu'elles y étaient précédemment peu sensibles. De plus, participer à ces soirées permet de rencontrer des gens très intéressants, venant d'univers totalement différents.

J'ai également découvert un concept sur les campus de Berkeley et de UCLA qui devrait être adapté en France. Des bornes sont installées à différents endroits sur le campus. Celles-ci permettent d'alerter quelqu'un si une fille, ou même un garçon ne se sent pas en sécurité sur le campus lorsqu'il fait nuit, et qu'il ou elle souhaite qu'on le ou la raccompagne. En fait, la personne appuie sur un bouton situé sur la borne. Cela envoie un signal à un centre, et indique la borne et l'endroit où celle-ci est située. Une personne part en suivant rejoindre la personne à la borne afin de la raccompagner. Face à la démesure de ces campus, et aux agressions la nuit, ce concept s'avère très rassurant et sécurisant.

Pratiques originales

Dans le domaine du marketing viticole, il semble que l'élève ait dépassé le maître.

La Napa Valley est une route nationale en ligne droite autour de laquelle s'articulent les vignobles. On peut qualifier cette route de « rayon de supermarché », dans lequel on circule avec une visibilité parfaite de chaque produit.

Cela s'oppose aux labyrinthes que sont les domaines viticoles français.

Sur les vignobles de la Napa Valley, on retrouve les clichés des vignobles français, à une légère différence près : des parkings de cinq-cents places peuvent accueillir les visiteurs !

En outre, on est plus proche des techniques de vente de la grande distribution, que des techniques de vente directe, relativement conviviales, des producteurs français. La Napa Valley ressemble au « Disneyland » du vin !

L'utilisation des techniques modernes de marketing a permis à la Napa Valley de menacer les vins français en quelques années. La puissance viticole française a donc été contrainte de revoir sa stratégie.

Originalité du fonctionnement de l'université de Berkeley

Avant de traiter l'originalité du fonctionnement de cette université, il me paraît totalement incontournable d'évoquer l'immensité et la beauté du campus. Grandes étendues vertes et immaculées, bâtiments en parfait état et très propres... Les locaux sont à la hauteur de la réputation de ce campus. UC Berkeley accueille 30000 étudiants à l'année. C'est une véritable ville au sein de la ville elle-même. D'ailleurs, c'est assez surprenant de constater la différence d'entretien qu'il existe entre le campus et la ville. La ville, à l'inverse du campus, est relativement sale.

Les équipements sportifs sont également impressionnants. Le stade de football américain de l'université peut accueillir jusqu'à 80000 personnes (autant que le Stade de France à Paris).

Le stade de basket-ball, lui, peut accueillir jusqu'à 10000 personnes.



En outre, la salle de sports réservée aux étudiants du campus est tout simplement incroyable, tant au niveau des équipements, de son immensité, des différentes activités proposées, etc.



La première originalité de fonctionnement réside dans le système de notation, qui pousse à rechercher l'excellence, plutôt que la moyenne (comme souvent en France !). Ici, le 10/20 ne vaut plus. La notation est fonction du niveau du meilleur élève. Avec ce système, la recherche de domination est très présente au niveau scolaire. Mais celle-ci se retrouve également aux niveaux sportifs et technologiques.

Une autre originalité réside dans la formation, qui à mon sens, est plus universitaire. Par exemple, ce qui m'a choquée, c'est que les étudiants entrent et sortent de cours à n'importe quel moment, peu importent les horaires des cours. Les étudiants sont considérés

comme des adultes responsables de leurs actes. La présence aux cours n'est également pas systématiquement vérifiée, et donc peu sanctionnée. En revanche, contrairement aux allées et venues au sein des cours, les « papotages » durant les cours sont totalement proscrits. Un petit mot chuchoté, et c'est la porte !

Enfin, la courante pratique du mécénat aux Etats-Unis, et donc dans le fonctionnement des universités est une autre originalité. Devant la majorité des salles de cours, une plaque indique l'entreprise qui a financé la salle. Le mécénat représente la plus grande source de financement du campus de l'Université de Berkeley. Cela explique la qualité des bâtiments et des équipements.

Le quotidien

A Berkeley et San Francisco, comme à peu près partout sur le reste du territoire américain, le patriotisme est omniprésent. Sur les façades de divers bâtiments, privés ou publics (bars, restaurants, confréries, maisons individuelles, etc) on peut voir le drapeau américain flotter.

Les américains sont très fiers de leur pays et de leur nationalité. Peu enclins à l'autocritique, ils restent tout de même très accueillants et chaleureux.

Même si les valeurs humaines sont très importantes chez les américains, l'omniprésence de la misère, et ce dans l'indifférence la plus totale, est plus que surprenante.

Leur système de sécurité sociale étant très restreint, un grand

nombre de personnes vit dans le dénuement le plus total.

Malgré les clichés pesant sur les Etats-Unis dans ce domaine, le sentiment de sécurité persiste. La police est présente à n'importe quelle heure du jour et de la nuit sur le campus et dans la ville.

Mes conseils

Concernant le logement, les chambres étudiantes doubles de l'« International House », dans lesquelles nous sommes logés à Berkeley, ne sont pas des exemples de confort. En effet, il faut un temps d'adaptation à ce type de logement, avec tout ce que cela comporte : promiscuité, sanitaires communs,



etc.

Cependant, c'est une très bonne expérience humaine, qui permet d'apprendre sur soi. En outre, être logée à l'« International House » m'a permis de rencontrer des étudiants de toutes nationalités, ce qui s'est évidemment avéré incroyablement enrichissant.

Au niveau des transports, notre statut d'étudiant à Berkeley nous donne droit à une carte ID, qui prouve notre statut, et qui permet de bénéficier gratuitement de tout le réseau de bus de Berkeley et de San Francisco. Il suffit donc de

montrer sa carte au chauffeur du bus, et il nous laisse monter sans payer. Ce moyen de transport permet de traverser la baie, et donc de rejoindre San Francisco gratuitement en moins d'une heure. Cela m'a également permis de visiter une grande partie de la ville de San Francisco, quartier par quartier.

Ce réseau fonctionne également la nuit entre Berkeley et San Francisco, à heures fixes. Cela pourra servir aux plus fêtards ! Sinon, prendre un taxi à plusieurs s'avère être relativement accessible, et plus sécurisant la nuit.

Mes derniers conseils concerneront la mentalité des américains. Ne croyez pas aux idées reçues selon lesquelles les américains n'apprécient pas les français. J'ai en effet toujours été reçue très chaleureusement, que cela soit dans la rue, dans les magasins, à l'« International House », en cours, etc. Les américains sont très ouverts, et toujours prêts à renseigner les étrangers, et surtout à faire des efforts pour communiquer avec eux. J'ai vraiment été très agréablement surprise de l'accueil qu'ils nous réservent. Ce sentiment a été un peu moins fort à Los Angeles ou encore à New York, bien que j'ai tout de même été bien accueillie.

En fait, les habitants de San Francisco sont certainement chaleureux à ce point grâce au « bon-vivre » qui règne dans leur ville.

Cette expérience a été épanouissante à tous les niveaux. Partir deux mois à la découverte d'un pays que j'avais toujours rêvé de visiter s'est avéré incroyablement enrichissant.