

COMMENT S'ADRESSER AUX JEUNES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

26 avril 2022



 **CARIFOREF**
Pays de la Loire


PRÉFET
DE LA RÉGION
PAYS DE LA LOIRE
*Liberté
Égalité
Fraternité*

 Région
**PAYS
de la
LOIRE**



Association à mission de service public
membre du réseau Info Jeunes France
(1300 structures sur le territoire national)

Production d'information web / print

Guides, mini-guides, site internet (80 000 visiteurs mensuels), application mobile
Thématiques vie quotidienne : emploi, logement, orientation, mobilité, engagement...

Coordination d'un réseau régional

Cinq coordinations départementales
60 structures, +100 professionnels

Accueil - animation

Informers les jeunes dans notre espace d'accueil mais également à distance (tel, mail, réseaux sociaux) avec deux professionnelles Promeneurs du Net.
Réseaux sociaux : Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube...

Les jeunes et réseaux sociaux : où en est-on ?

Où sont-ils ? Que font-ils ?

Focus sur quelques tendances 2022

Comment les investir ?

Développer une stratégie réseaux sociaux

Trois pièges à éviter

Quatre conseils clés pour s'organiser

Cinq conseils clés pour publier des contenus

La démarche des Promeneurs du Net

Des professionnels Jeunesse dans la rue numérique

Une présence en ligne pour éduquer à la web-citoyenneté



Quel est votre état d'esprit en tant que professionnel sur les réseaux sociaux ?



Votre réponse dans le tchat


DEUX GÉNÉRATIONS DE RÉSEAUX

Génération 1 :

Fil d'actu ante-chronologique
Image horizontale
Engagement classique : like, partage, commentaires...


1

2004
Facebook



2

2005
Youtube



3

2006
Twitter




4

2010
Instagram




5

2011
Snapchat



6

2016
TikTok



Génération 2 :

Image avant tout et Image verticale
Disparition des j'aime
Contenu d'abord vidéo
Règne du selfie / stories
Navigation en croix et swipe
Gamification / ludique

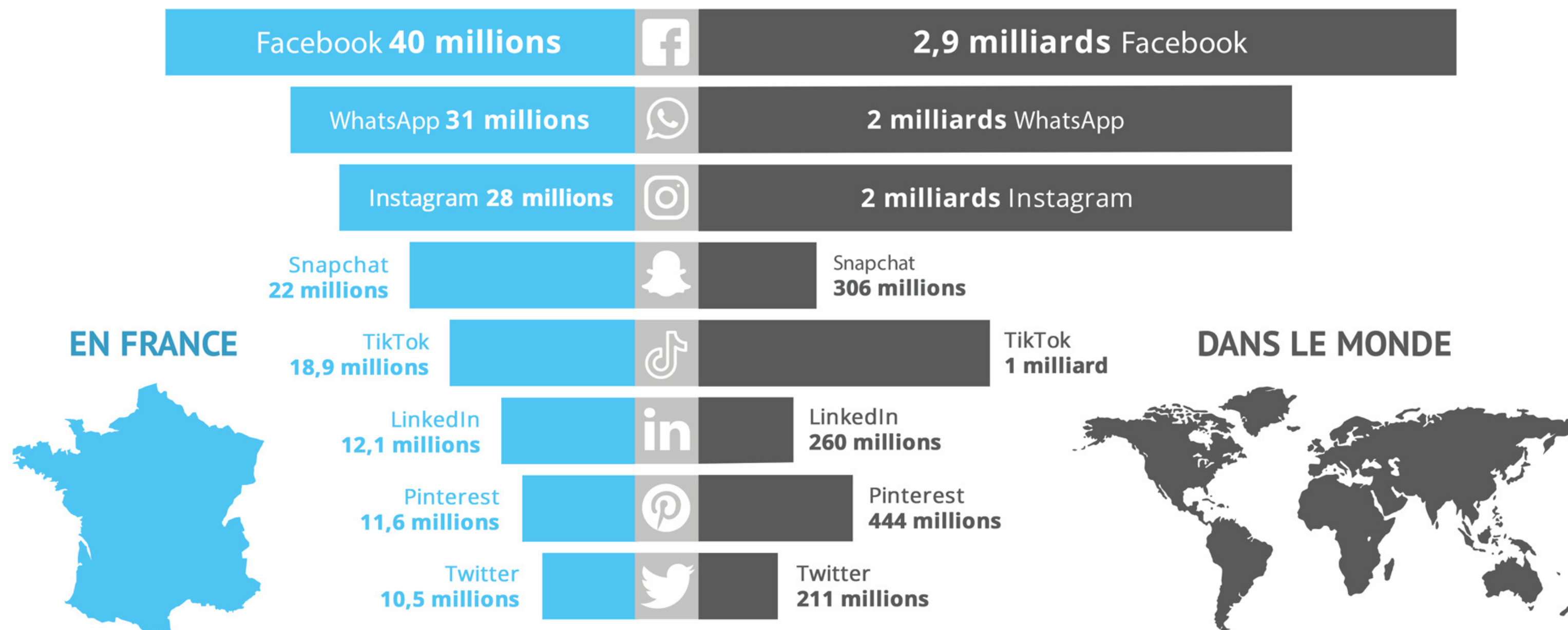
Les jeunes et réseaux sociaux : où en est-on ?

LES RÉSEAUX SOCIAUX

NOMBRE D'UTILISATEURS ACTIFS

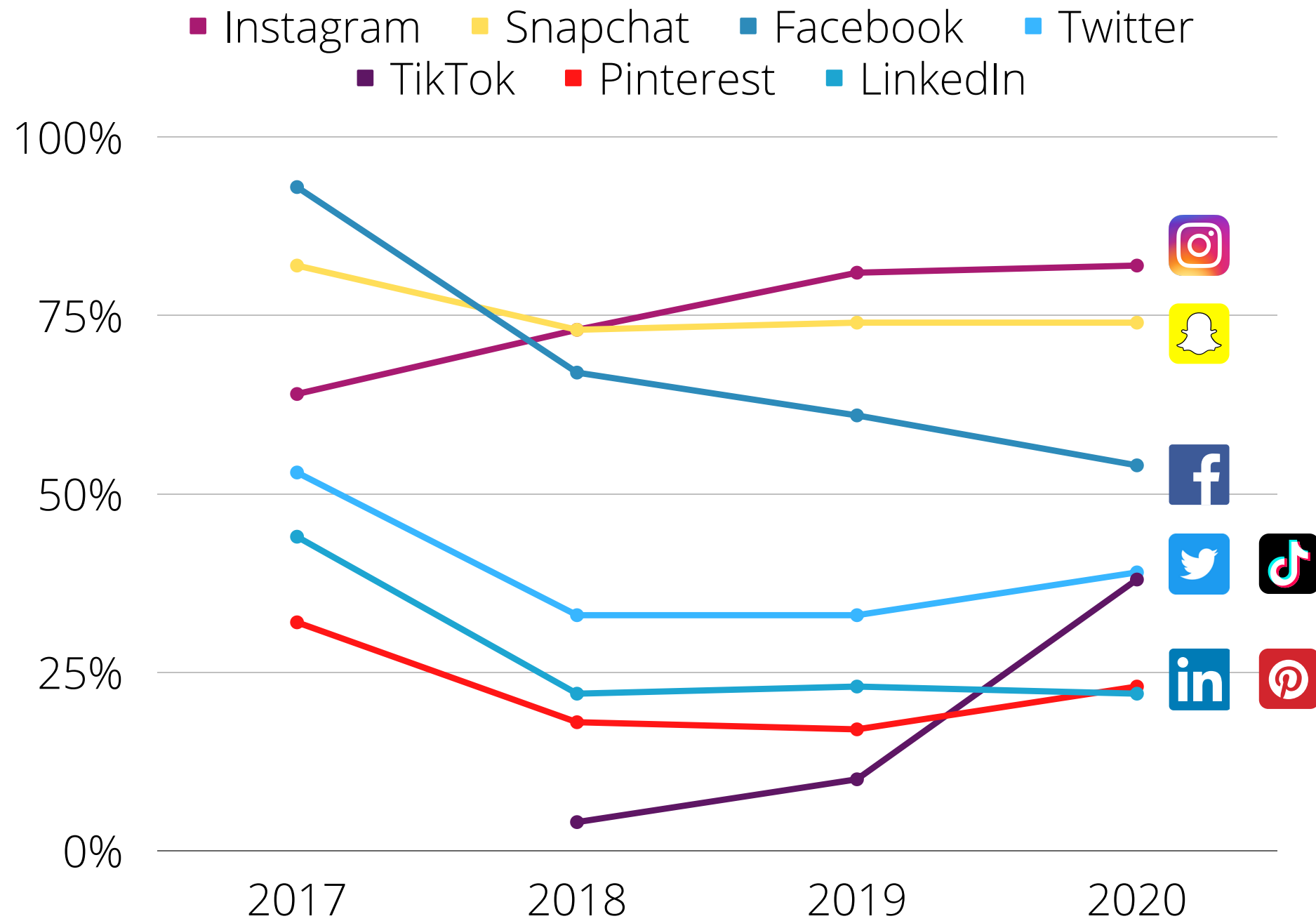
Janvier 2022
Infographie réalisée par

agence+iz
Performances digitales



Les jeunes et réseaux sociaux : où en est-on ?

Taux de pénétration des réseaux sociaux chez les 16-25 ans en France



Sources : Blog du modérateur

Déclin relatif de Facebook

12% ont supprimé leur compte en 2020
64% des 16-18 ans ne l'utilise pas

Concurrence Snapchat / Instagram

Des fonctionnalités similaires
Une uniformisation des usages

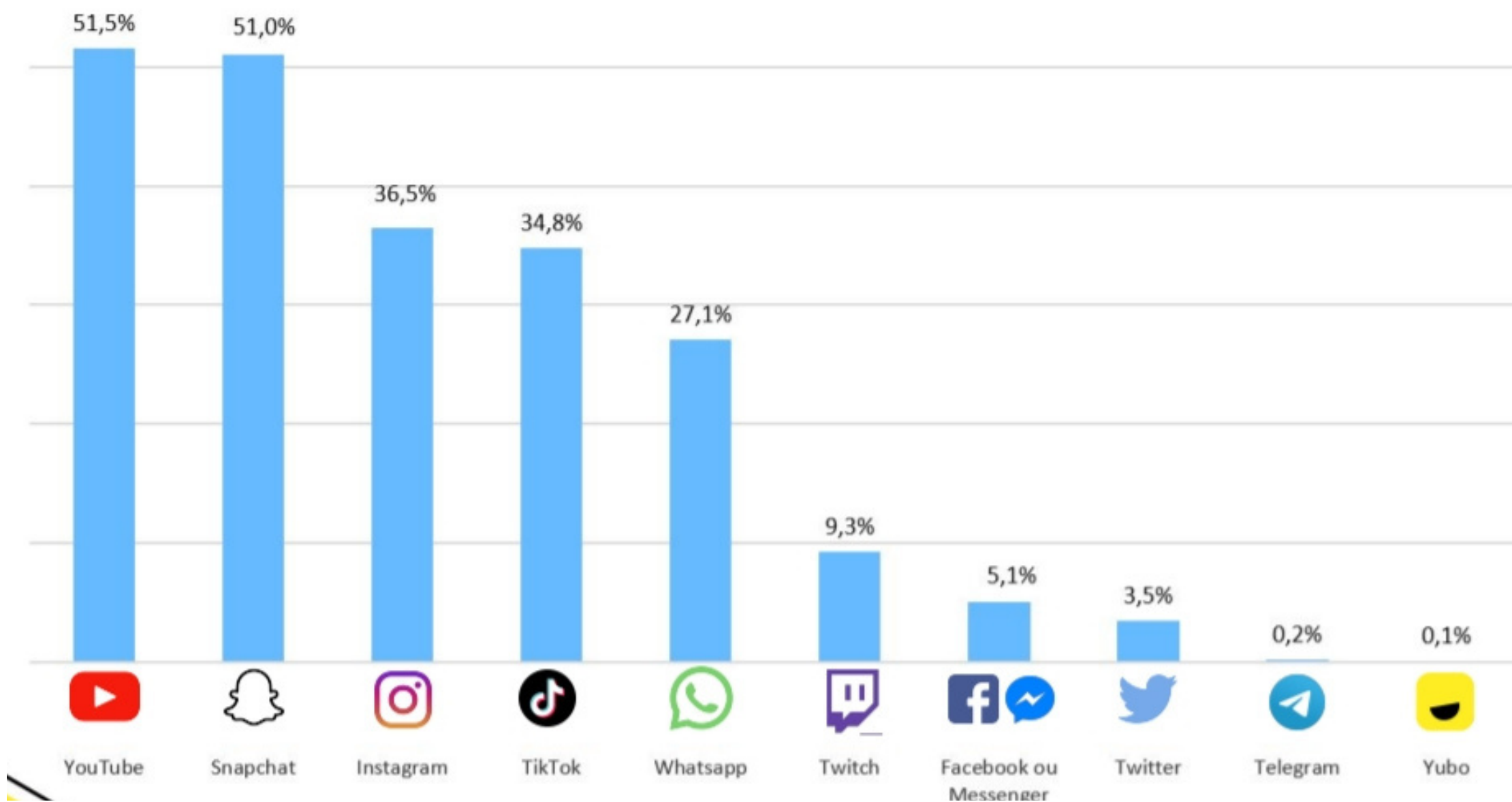
L'essor fulgurant de TikTok

52% des 16/18 ans
La culture du remix

Les jeunes et réseaux sociaux : où en est-on ?

Taux de pénétration des réseaux sociaux chez les enfants de 12 ans en France

Lesquels de ces réseaux utilises-tu le plus ?



En 2021, **87 % des enfants de 12 ans possèdent leur propre smartphone**. C'est 17 points de plus que pour les enfants de 11 ans. Le vrai pic d'équipement s'effectue vers 10 ans (on passe de 8 % à 33 % entre 9 et 10 ans).

Source : Génération Numérique, 2021, FR, n = 1000 enfants de 12 ans, traitements heaven.

DES PRÉOCCUPATIONS D'ADOS

Si les jeunes adultes vont progressivement utiliser les réseaux s'informer, se former, se regrouper, s'engager, travailler, etc., les ados et pré-ados sont dans une démarche beaucoup plus spontanée, en phase avec leurs préoccupations du moment.



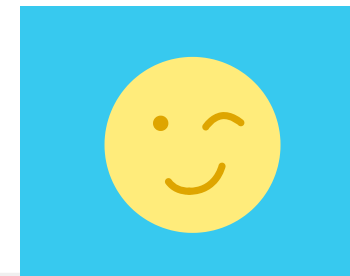
S'AMUSER

Snapchat et TikTok sont avant tout ludiques, parfois aux dépens d'autres jeunes ou de personnalités. Espaces de créativité et de challenges.



S'AFFIRMER

Les ados projettent une image qu'ils veulent renvoyer vers l'extérieur, s'affirmant dans leurs goûts, leurs identités, leurs centres d'intérêt



PLAIRE

Un espace de séduction, de drague où l'image (du corps) est reine avec aussi ses dérives certaines : hypersexualisation du corps féminin.



ADMIRER

Les stars d'aujourd'hui naissent sur TikTok et influencent les codes médiatiques. Quand Mélenchon s'inspire de Wejdene, la boucle est bouclée !



Pour résumer

- des jeunes en polyamour avec plusieurs réseaux
- des usages qui évoluent avec l'âge et correspondent à des besoins de sociabilisation
- une prédominance du format vidéo (portrait)
- une forte utilisation des messageries
- l'existence de réseau-refuges

Repérer les formats tendances



La vidéo verticale

- Format portrait
- Plan fixe, face caméra
- Sous-titrage texte
- Courte durée (de 10s à 1 min)
- Montage dynamique / cuts
- Inspiration : Konbini, Brut

La vidéo TikTok / Reel / Shorts

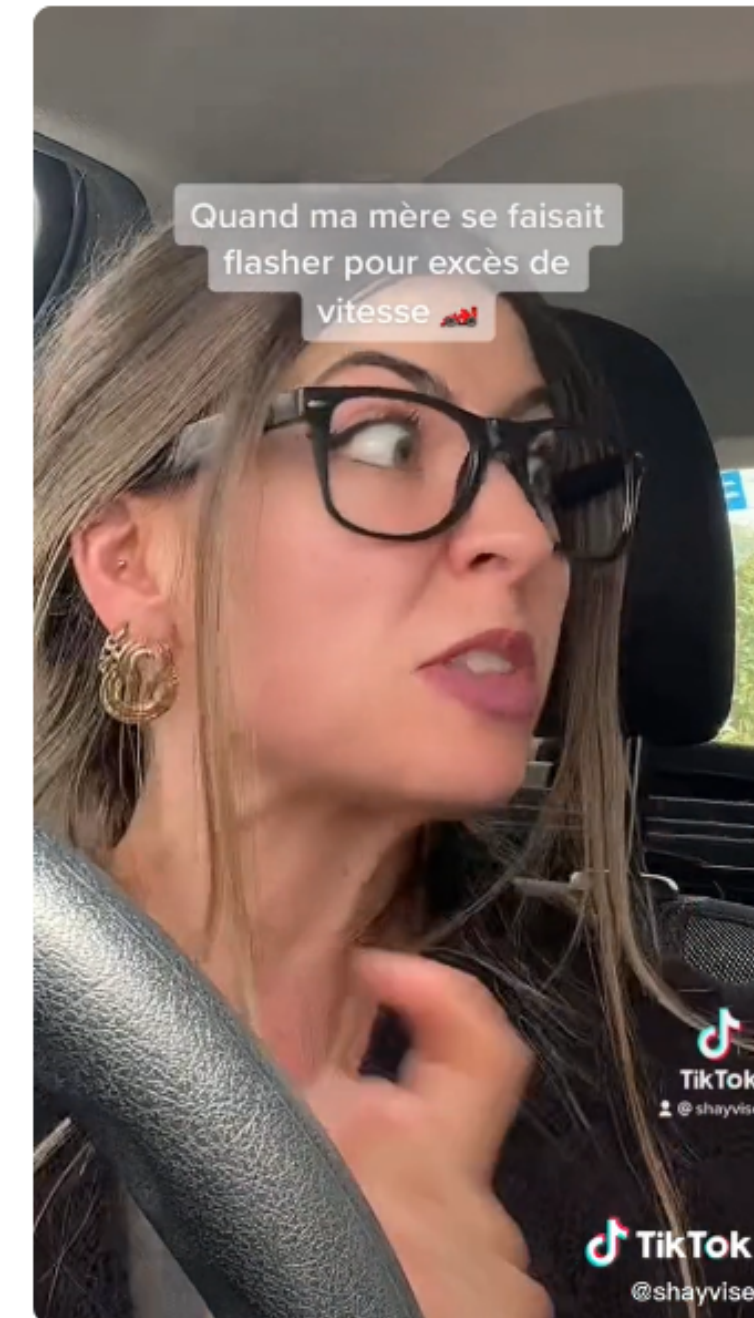
- Format très court (15s)
- Créativité montage vidéo
- Mise en scène, humour
- Remix d'un son à la mode



shayvise Shayvise

A peine exagéré 😂 automatiquement responsable 😏 déjà vécu ?
#pourtoi #foryou #humour

🎵 son original - Shayvise



220.4K
381
31.6K

Repérer les formats tendances

Le carrousel

- Format didactique
- Infos textuelles et imagées

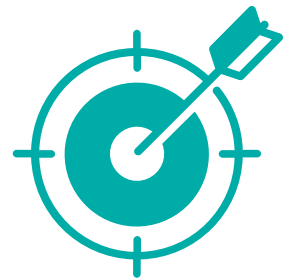


Le live

- Vidéo, texte, audio
- Donner accès à un évènement
- Interagir avec sa communauté



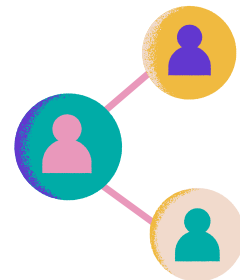
Élaborer une stratégie réseaux sociaux



1/ identifier son public cible

Définir mon cœur de cible et les cercles par lesquels je peux l'atteindre :

- La cible principale
- Le cœur de cible
- Les prescripteurs
- Les relais d'infos
- Les concernés
- Les curieux



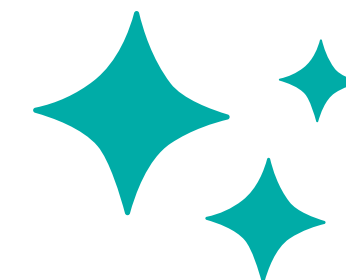
2/ Choisir son ou ses réseaux

- Quelle est ma cible ?
- Quels sont mes moyens techniques et humains ?
- Quels sont mes atouts / faiblesse par rapport aux exigences des réseaux (capacité à se mettre en scène...)



3/ Déterminer une ligne éditoriale

- De quoi je parle ?
- Avec quelle régularité ?
- Sur quel ton ?

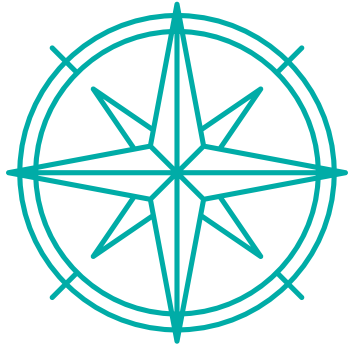


4/ Mettre en place une identité visuelle

Partez le cas échéant de l'identité visuelle de votre structure pour développer des contenus que l'on va reconnaître tout de suite.

L'identité visuelle est le socle de toute communication, un repère, une balise qui va permettre d'interpeller et de fidéliser un public.

Trois pièges à éviter

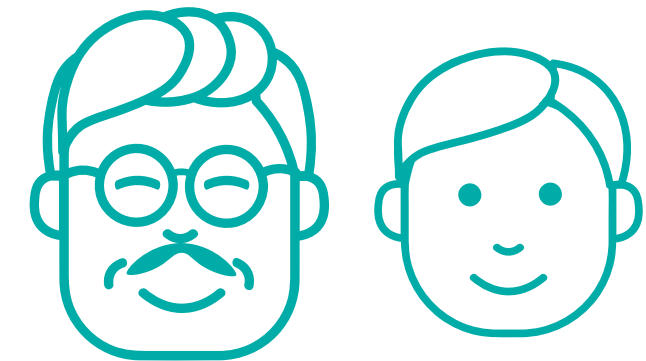


Vouloir être partout

C'est le piège le plus courant : comme les jeunes sont présents sur plusieurs réseaux, les professionnels ont tendance à vouloir investir ces mêmes réseaux. Mais à vouloir être partout on finit visible nulle part faute de temps à consacrer pour investir correctement les réseaux.

Vouloir "faire d'jeuns" : #okboomer

Attention à adopter des références ou expressions qui seraient en profond décalage avec l'objet de votre structure. Mieux vaut être sincère, honnête que tomber dans le jeunisme.



Gérer ses réseaux "en plus de tout le reste"

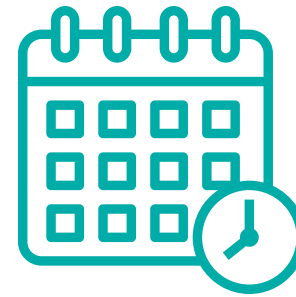
Investir les réseaux sociaux peut être extrêmement impactant pour votre structure. Sans y consacrer du temps, sans penser une organisation adéquate, les contenus seront médiocres ou mal ciblés, donc contre-productifs en termes d'image.

4 conseils clés pour s'organiser



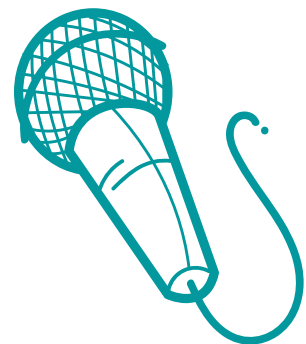
Pensez collectif

- Déterminez des objectifs en équipe
- Impliquez votre équipe dans la production de contenus
- Impliquez les jeunes



Visez la durée et la régularité

- Une communauté se crée sur le long terme
- La régularité des contenus favorisera votre visibilité
- Déterminez un agenda de publications



Equipez-vous

- En fonction des réseaux sociaux que vous choisissiez d'investir
- Smartphone, caméra, micro, trépied, lumière, forfait Internet...



Analysez et évoluez

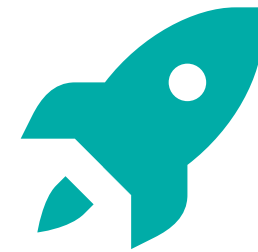
- Déterminez des périodes test pour analyser votre dynamique d'audience et son niveau d'engagement
- Restez en veille sur les évolutions et des fonctionnalités et tendances

5 conseils clés pour produire des contenus



Trouvez et cultivez votre ton

- Simple et direct
- Équilibre entre votre identité, la grammaire de vos réseaux, les usages de votre communauté



Variez les contenus

- Différenciez vos contenus si vous investissez plusieurs réseaux
- Publiez en utilisant les différents formats proposés



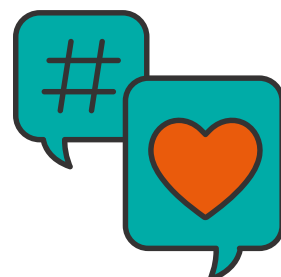
Personnalisez votre communication

- Donnez un (des) visage(s) à votre structure
- Incarnez vos informations
- Donnez à voir votre réalité de travail



Publiez au bon moment

- Les temporalités de publication varient selon les réseaux
- Prendre en compte les temporalités de votre communauté



Soyez réactifs

- à l'actualité (newsjacking)
- aux besoins de votre communauté
- aux nouvelles tendances
- aux commentaires, messages, partages...

La stratégie cross-réseau à Info Jeunes Pays de la Loire

FACEBOOK



**Jeunes Nantes métro
et relais d'infos**

- Actus infos-jeunes.fr
- Dispositifs
- Evenements Nantes

INSTAGRAM



Jeunes Nantes métro

- Actus infos-jeunes.fr
- Événements Nantes

TWITTER



Partenaires institutionnels

Rencontres professionnelles
Actus partenaires
Vie du réseau IJ régional et national

YOUTUBE



Jeunes région PDL

- Témoignages jeunes et pros
- Tutos

SOUNDCLOUD



Jeunes et pros région PDL

- Podcasts thématiques
- Témoignages pros



Professionnels Pays de la Loire et France

- Projets, dispositifs institutionnels
- Lien réseau IJ régional et national



- Initiative **suédoise** intitulée « Nätvandrararna » portée par la fondation Fryshuset à Stockholm mise en place en **2007**
- Premières démarches expérimentales en France :
 - CAF de la Manche en 2012
 - CAF du Cher en 2014
 - CAF du Morbihan en 2015
 - CAF de l'Ardèche en 2016
- **2018** - la CAF de **Loire-Atlantique** lance le dispositif :
 - Création d'un comité de pilotage composé du Département de Loire-Atlantique, de la DRAJES (ex DRDJSCS), de l'Éducation nationale, de la MSA.
 - Choix du coordinateur technique avec Info Jeunes Pays de la Loire (ex CRIJ)
- **2022** : **84 Promeneurs du Net** actifs sur le département de Loire-Atlantique

La démarche des Promeneurs du Net

- Un professionnel des **métiers de la jeunesse** (animateur, éducateur, médiateur etc.)
- Assurant une **présence éducative sur Internet** auprès des jeunes, dans le cadre de ses missions habituelles (qu'il exerce généralement en présentiel).
- Établit une relation de confiance avec les jeunes via différents **réseaux sociaux** (Instagram, Snapchat, TikTok, Twitter, Facebook...) ou sur d'autres **plateformes en ligne** (forums, jeux vidéo en ligne, Discord, Twitch...)
- Les objectifs :
 - Répondre aux jeunes et les **accompagner**
 - Proposer une **rencontre** s'ils le souhaitent ou une participation à des **projets** développés sur le territoire.



Témoignages de professionnels



[cliquez ici](#)



[cliquez ici](#)



[cliquez ici](#)



Agir dans la rue numérique :

- informer les jeunes
- échanger avec eux via les messageries
- favoriser leur web-citoyenneté
- lutter contre les cyber-violences et la désinformation

Rendez-vous mardi 17 mai 14h
Webinaire spécial Promeneurs du Net

Contacts:



Pierre-Adrien Roux

Responsable communication et projets numériques

02 53 00 65 29 / 06 07 50 90 19

pierre-adrien.roux@infos-jeunes.fr