

POINTS À RETENIR POUR LES RESPONSABLES DES MÉDIAS

- CRÉER UNE VOIX ÉDITORIALE IDENTIFIABLE ET INCARNÉE.
- TESTER, ÉCOUTER, AJUSTER.
- DONNER LA PRIORITÉ AUX FORMATS VERTICAUX (AUDIO ET VIDÉO) ET À L'INTERACTION.
- MIEUX ADAPTER LE CONTENU DES ACTUALITÉS AUX JEUNES PUBLICS GRÂCE À L'IA.
- MESUREZ L'ENGAGEMENT, PAS SEULEMENT LE TRAFIC.
- FORMEZ VOS ÉQUIPES ÉDITORIALES AUX CODES NUMÉRIQUES.

PLUS D'INFORMATIONS SUR CARL

- ➡ Consultez le site web **Data for Creators** : <https://dataforcreators.com/>
- ➡ Rejoignez l'initiative **Carl** sur **LinkedIn** : <https://www.linkedin.com/company/data-for-media>

CONTACT PRESSE

Carla Bertone
Head of Marketing, Distribution
& Communication
carla.bertone@louiemedia.com

ABOUT OUR EUROPEAN PARTNERS

TULODZ  <https://tulodz.pl>
LOUIE MEDIA  <https://louiemedia.com/>
PRENSA IBÉRICA  <https://www.prensaiberica.es/>
KARJALAINEN  <https://www.karjalainen.fi/>
SME  <https://www.sme.sk/>



Financé par l'Union européenne. Les opinions exprimées n'engagent que leurs auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ni de l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA). Ni l'Union européenne ni l'autorité subventionnaire ne sauraient en être tenues responsables.

Co-funded by
the European Union

CRAQUER LE CODE DE LA GEN Z!

Comment informer la prochaine génération

"Les jeunes Européens sont
moins susceptibles de
s'informer via les
plateformes traditionnelles."

Source : Western Europeans Under 30 View News Media Less Positively, Rely More on Digital Platforms Than Older Adults. Pew Research Center, rapport, 30 octobre 2018.





QUELQUES CHIFFRES

1 EN 2024, 97 % DES JEUNES (ÂGÉS DE 16 À 29 ANS) DE L'UE DÉCLARENT UTILISER INTERNET QUOTIDIENNEMENT. (1)

2 40 % DÉCLARENT ÉVITER PARFOIS OU SOUVENT LES ACTUALITÉS, CONTRE 29 % EN 2017. (2)

3 32 % DES 18-24 ANS UTILISENT TIKTOK POUR S'INFORMER. (2)

4 LES ADULTES DE MOINS DE 30 ANS SONT MOINS SUSCEPTIBLES DE S'ACCORDER SUR UNE SEULE SOURCE PRINCIPALE D'INFORMATION (3)

(1) Source : Young People - digital world, European Commission, Mai 2025

(2) Source : Digital News Report 2024 - 2025 (Reuters Institute, University of Oxford) / 94k personnes interrogées

(3) Source : Western Europeans Under 30 View News Media Less Positively, Rely More on Digital Platforms Than Older Adults Pew Research center, Report, 30 octobre 2018.



JOAN CAÑETE BAYLE

Directeur de la stratégie des projets éditoriaux, Prensa Ibérica (Espagne)

« La stratégie de Prensa Ibérica pour s'adresser à la génération Z s'appuie principalement sur les réseaux sociaux, notamment via la publication Código Nuevo, un média 100 % natif des réseaux sociaux qui structure son contenu autour des créateurs de contenu. Código Nuevo est une publication indépendante qui produit également du contenu et fournit des conseils sur la stratégie à adopter sur les réseaux sociaux aux médias traditionnels du groupe. »



Site web : [Codigonuevo.com](https://www.codigonuevo.com)



COMPRENDRE LA GÉNÉRATION Z

1

RAPPORTS

« Les groupes plus jeunes, en particulier ceux âgés de 18 à 24 ans, sont beaucoup plus susceptibles que les plus âgés de préférer regarder ou écouter les informations. »

Digital News Report 2025, Institut Reuters, Université d'Oxford.

SOLUTIONS ?

2

« Pour **intéresser les jeunes publics** au journalisme scientifique, les organes de presse doivent leur parler afin de déterminer ce qui **suscite leur curiosité**. »

Martina Efeyini, journaliste scientifique, Nieman Lab Predictions for journalism, 2023.

« Une récente étude de l'UNESCO a montré que la majorité des influenceurs ne vérifient pas les informations qu'ils partagent avec leur public. **Quelle opportunité énorme pour les journalistes !** »

Julia Munslow, Nieman Lab Predictions for journalism, 2024.

« Il est également frappant de constater que, dans tous les pays, les moins de 35 ans sont beaucoup plus susceptibles de dire que les informations sont trop difficiles à suivre ou à comprendre, ce qui suggère que **davantage pourrait être fait pour rendre les informations plus accessibles aux jeunes et aux autres groupes difficiles à atteindre**. »

Digital News Report 2025, Institut Reuters, Université d'Oxford