

Communiqué de presse

Le 29 novembre 2013

« Génération Quoi ? », une opération nationale de service public qui engage l'audience.

Invités par France Télévisions, Yami 2 et Upian, à dresser leur autoportrait dans une enquête interactive, plus de 210 000 jeunes ont déjà répondu à un questionnaire réalisé en collaboration avec les sociologues Cécile Van de Velde et Camille Peugny.

«Génération Quoi ? » est une campagne transmedia : un site, une série documentaire, un media éphémère, un dispositif sur les réseaux sociaux, et des partenaires investis pour impliquer l'audience là où elle se trouve.

Tout commence par un site et une enquête interactive auprès des jeunes, disponible sur PC, smartphone et tablette.

- En amont du lancement officiel du questionnaire, *Animafac*, réseau national d'associations étudiantes soutenant *Génération Quoi ?*, relaie la version bêta de l'enquête à son réseau étudiant et enregistre plus de 3 000 réponses.

Avant toute communication officielle, la viralisation de certains contenus du site partagés sur les réseaux sociaux, ainsi que des articles sur le web, ont créé le buzz.

La veille du lancement officiel, le questionnaire enregistre plus de 34 000 réponses.

- Le 19 septembre, le site est officiellement lancé.

France 2, francetv nouvelles écritures, francetv info, Le Monde, Europe 1 et Animafac se mobilisent :

Sur France 2 et france2.fr sont diffusées plus de 60 bandes annonces avec renvoi sur le site de l'enquête et sur les partenaires, et les contenus du questionnaire régulièrement mis en avant sur les réseaux sociaux.

Parallèlement, tous les sites chaînes de France Télévisions sont habillés aux couleurs de « Génération quoi ? » et mettent en avant l'opération. Tous les comptes officiels des réseaux sociaux du groupe relaient l'opération globale. Francetv info met en ligne le questionnaire et le blog « Génération quoi ? » pendant plusieurs semaines. Le Monde met également en ligne le questionnaire, fait des mises en avant marketing-éditorial sur les pages Société du monde.fr et publie des articles sur la version papier et interactive du journal. Europe 1, à son tour, met en ligne le questionnaire et l'annonce dans deux émissions (« La Matinale » et « Des clics et des Claques »). L'accueil du site europe1.fr est habillé aux couleurs de « Génération quoi ? ». Ces trois medias partenaires relaient l'opération sur toute la période sur leurs comptes officiels Twitter et Facebook.

- Le 15 octobre, la diffusion de la série documentaire dans la case Infrarouge sur France2, rythme la deuxième étape d'une communication conjointe, alors que le questionnaire a déjà enregistré plus de 147 000 réponses.

France 2, en accord avec le producteur, propose, en avant-première exceptionnelle, la diffusion des documentaires sur les sites des medias partenaires.

Contact presse :

Maya Dagnino

01 56 22 29 47 maya.dagnino@francetv.fr

Fabienne Terranova

01 56 22 95 14 fabienne.terranova@francetv.fr



generationquoi.fr

- A 20h00 le JT de France 2 consacre un long sujet autour de la série documentaire.

Le débat continue sur d'autres écrans avec la mise en place d'une programmation verticale continue :

- A 20h50, un 1er live tweet en première partie de soirée pendant la diffusion du film « The Social network », associe les données issues du questionnaire « Génération quoi ? » à des infographies qui mettent en perspective la vie de Mark Zuckerberg et les réponses au questionnaire des 18-34 ans.

- A 23h00, un 2^{ème} live tweet s'est poursuivi pendant la totalité de la diffusion des deux premiers épisodes de la série documentaire « Génération quoi ? » réunissant sur le compte Twitter @infrarougeF2 la réalisatrice *Laetitia Moreau* et les sociologues *Cécile van de Velde* et *Camille Peugny* pour répondre aux questions des internautes.

- **Le 22 octobre, le dispositif est remis en place pendant la diffusion du troisième film de la série.**

Les live tweets ont placé plusieurs fois les hashtags #infrarouge et #generationquoi en tête des trending topics des 2 soirées de diffusion.

Le degré d'engagement de l'audience sur Twitter avec 3,5 tweets par utilisateur en moyenne est le plus élevé jamais réalisé sur la case Infrarouge

- Autour de cette diffusion, francetv info publie ses premiers articles sur les réponses des jeunes aux questions de l'enquête et continue la mise en avant du blog « Génération quoi ? » sur le site et les réseaux sociaux. Le supplément Télévisions du **Monde** dédie sa Une et deux pages aux documentaires et à l'enquête interactive. L'article est également publié sur le site. **Europe 1** consacre deux émissions à la série documentaire (« La Matinale » et « Le grand direct des médias »). Sur toute la période, l'opération globale est annoncée en homepage et sur les réseaux sociaux. **Animafac** organise pendant la même période une dizaine d'opérations dans les universités franciliennes ainsi qu'une soirée-débat à Paris. Plusieurs centaines d'étudiants ont ainsi pu échanger à partir de l'enquête et des vidéos en ligne.
- **Aujourd'hui** : le dispositif mis en place par France Télévisions a gagné son pari : recueillir la plus importante source d'information sur une génération. Il a rempli sa mission de service public en engageant les audiences, en allant à la rencontre des nouveaux usages et en établissant le dialogue avec les téléspectateurs, les auditeurs, les lecteurs et les internautes.
- **Demain, ça continue** : face à l'ampleur du succès le site reste actif !

A venir rapidement fin 2013/ début 2014 :

- Une interview vidéo des sociologues proposera une première analyse des résultats bruts, ébauche d'un portrait des 18-34 ans à l'automne 2013.

- Des personnalités politiques, dont La Ministre de la Jeunesse, seront sollicitées pour réagir aux résultats de l'enquête.

L'analyse approfondie des résultats fera, sur un plus long terme, l'objet d'une étude sociologique. Plusieurs projets sont à l'étude, un livre, une conférence ...

« Génération quoi ? » n'a pas fini de vivre et d'interroger la société française et ses institutions.

Quelques chiffres :

- plus de **210 000** répondants au questionnaire
- plus de **21 millions** de questions répondues
- plus de **400 000** visites
- plus de **18 millions** de pages vues soit **46** pages vues par visites
- **235 000** vidéos vues
- **19 min** en moyenne par visite

 #generationquoi

 www.facebook.com/generationquoi

francetvinfo

Le Monde
Quotidien | Magazine | Web | Tablette | Mobile

Europe 1

*Animafac
un réseau, des outils
www.animafac.net

Contact presse :

Maya Dagnino

01 56 22 29 47 maya.dagnino@francetv.fr

Fabienne Terranova

01 56 22 95 14 fabienne.terranova@francetv.fr