



qualinsight 

Rapport au vote et à l'info des jeunes de 17-24 ans dans le canton de Vaud

Rapport d'étude



Esther Sève
fondatrice et directrice Qualinsight
Sept 2022



1 OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Mieux comprendre les pratiques des **Vaudois.es âgé.es entre 17 et 24 ans** pour s'informer et leur intérêt pour le débat démocratique :

- Quels sont leurs sujets d'intérêt ? Quel intérêt pour le débat démocratique ?
- Comment les 17-24 ans s'informent-ils ? Comment se forment-ils une opinion ?
- Quel rapport avec les médias traditionnels ? Avec les médias sur les réseaux sociaux ? Avec les médias locaux ?

Etude quali-quantitative réalisée en 2 volets

1

VOLET QUANTI

Sondage en ligne et en face-à-face

- Sondage de 10 min auprès de 514 Vaudois.es âgées entre 17-24 ans
- Sondage diffusé **sur les réseaux sociaux** (50%) et **en face-à-face** (50%) sur l'ensemble du canton de Vaud en janvier 2022
- *Quotas par genre, âge et district afin de garantir la représentativité de l'échantillon*

2

VOLET QUALI

Focus groups en ligne

- 4 focus groups de 90min en ligne via zoom avec 5 participant-es (recruté-es via le sondage quanti)
- Réalisés en février 2022

RÉSULTATS DU VOLET QUANTI

1

VOLET QUANTI

Sondage en ligne et en face-à-face

- Sondage de 10 min auprès de 514 Vaudois.es âgées entre 17-24 ans
- Sondage diffusé **sur les réseaux sociaux** (50%) et **en face-à-face** (50%) sur l'ensemble du canton de Vaud en janvier 2022
- *Quotas par genre, âge et district afin de garantir la représentativité de l'échantillon*

2

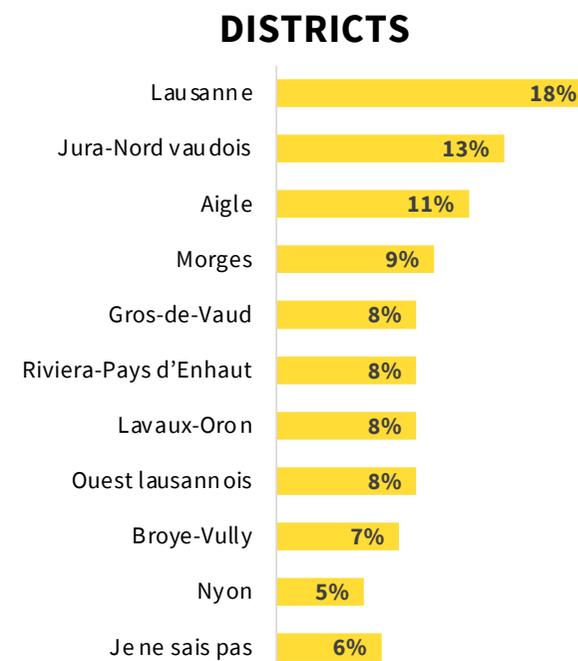
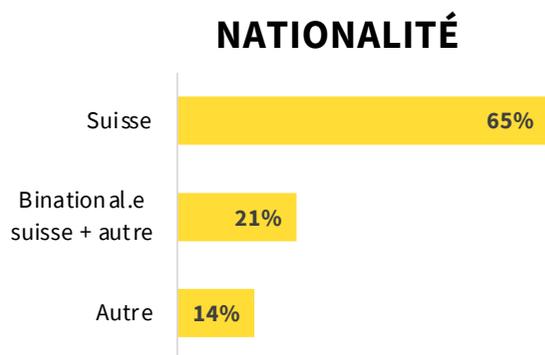
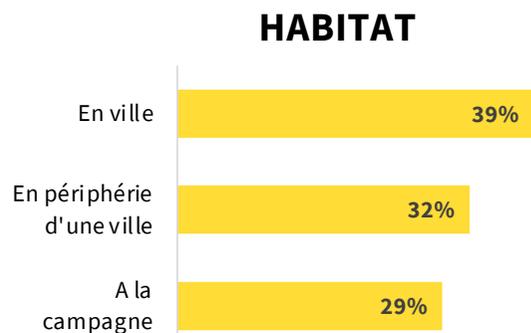
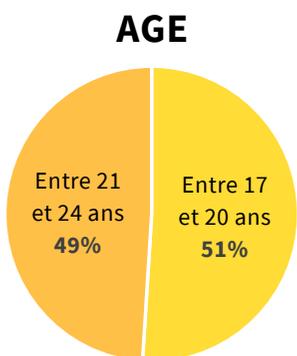
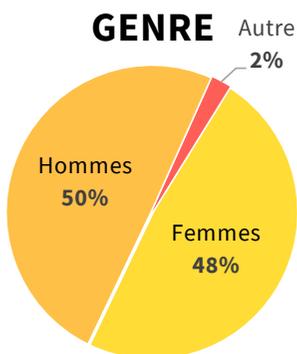
VOLET QUALI

Focus groups en ligne

- 4 focus groups de 90min en ligne via zoom avec 5 participant-es (recruté-es via le sondage quanti)
- Réalisés en février 2022

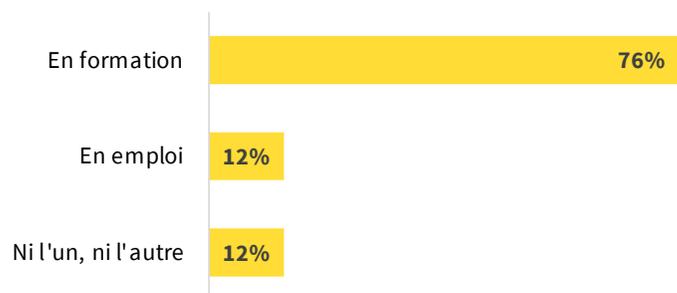
Profil de l'échantillon I (n=514)

Echantillon disproportionnel avec quotas par genre, âge et district

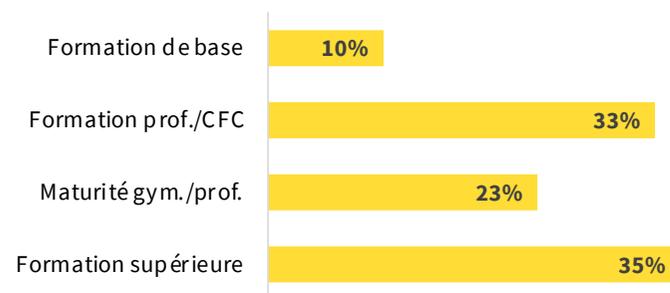


Profil de l'échantillon II (n=514)

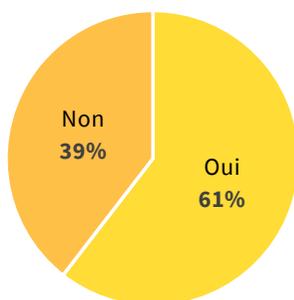
ACTIVITE



NIVEAU FORMATION (en cours ou achevée)

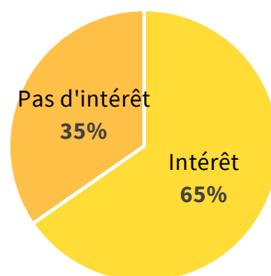


VOTE

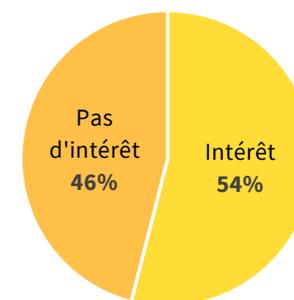


CONTENUS D'INFORMATION

(news, décryptage, reportages, débats et analyses)



ACTU LOCALE

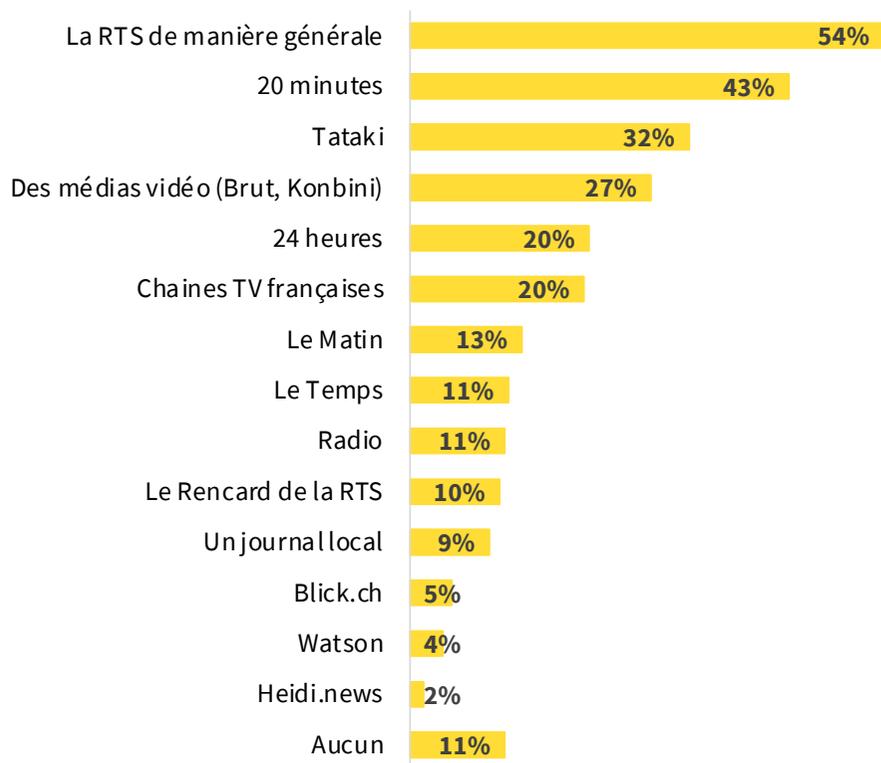




2 **USAGE DES MÉDIAS PRINCIPALEMENT EN LIGNE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX**

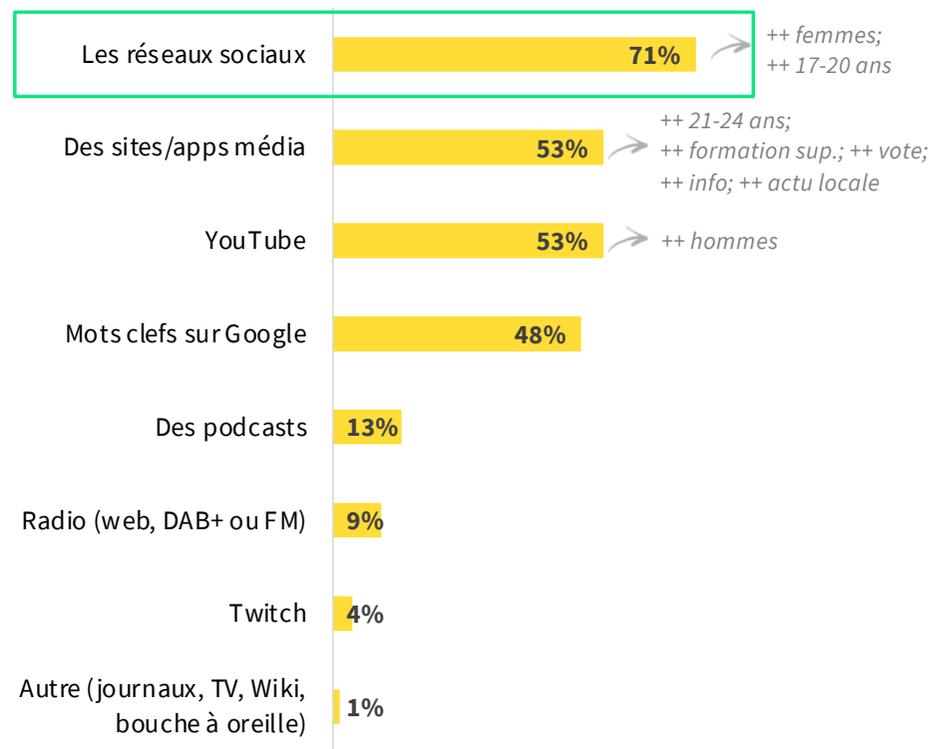
Des habitudes ancrées avec la RTS et 20minutes via les réseaux sociaux ou leur app

Les médias consultés au moins une fois par semaine :



Parmi la liste suivante, quel média suis-tu au moins 1 fois par semaine ? (n=514)

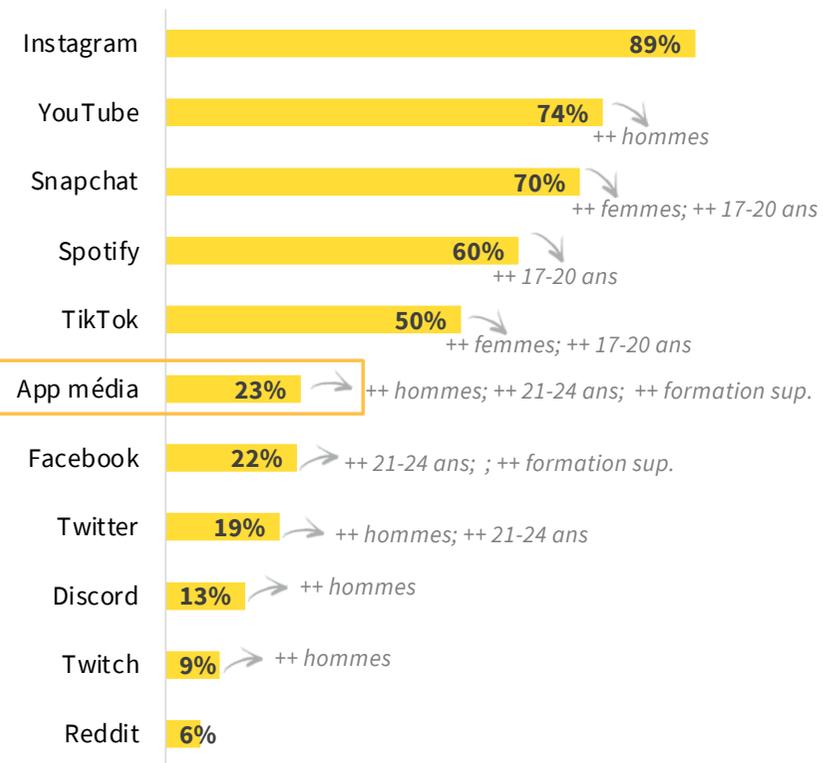
Les plateformes utilisées :



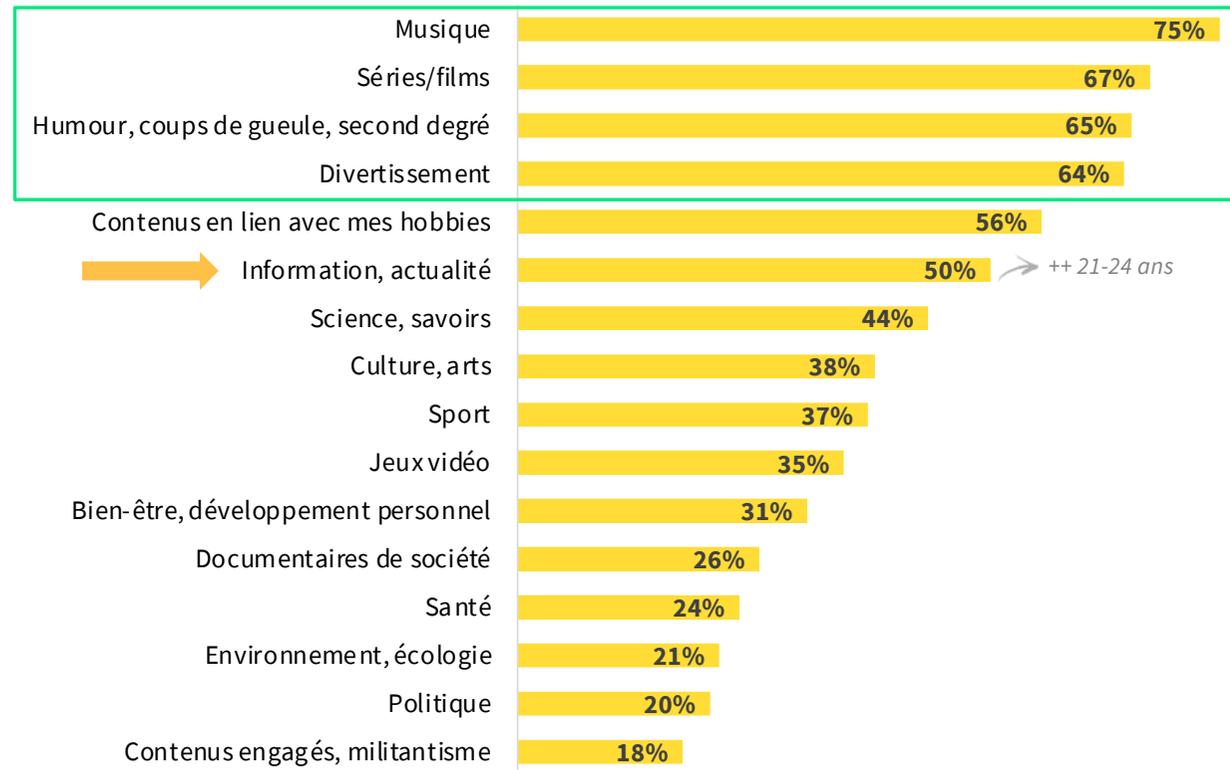
Pour t'informer sur l'actualité et les sujets qui te passionnent, tu utilises surtout : (n=514)

Des réseaux sociaux utilisés quotidiennement pour des contenus divertissants

Les plateformes visitées quotidiennement :



Les contenus appréciés :

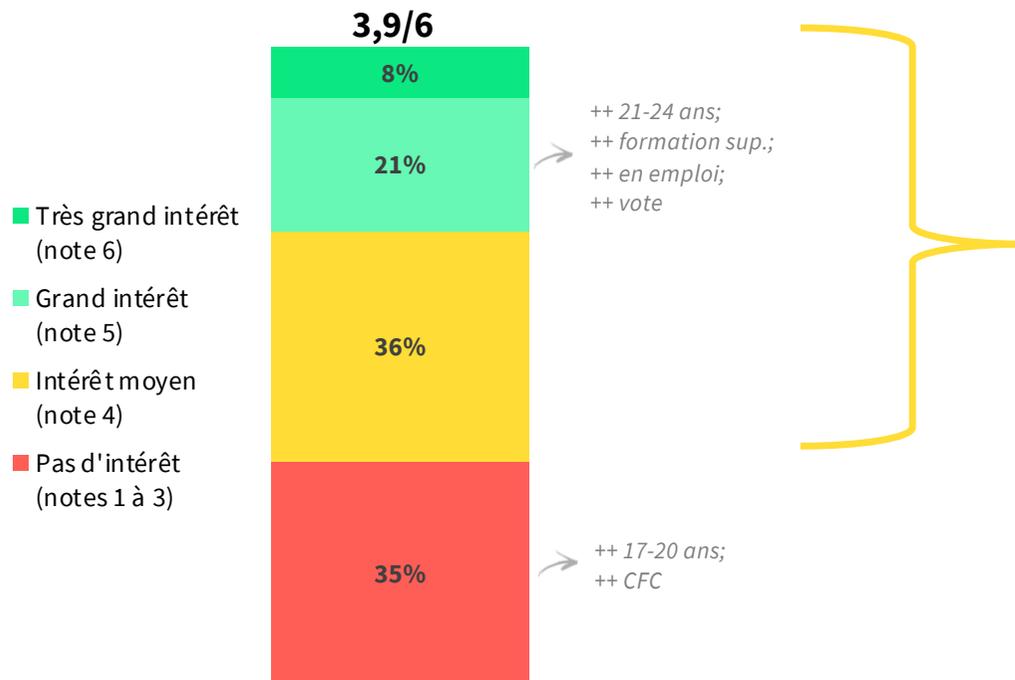


Quelles apps ou plateformes utilises-tu presque tous les jours ? (n=514)

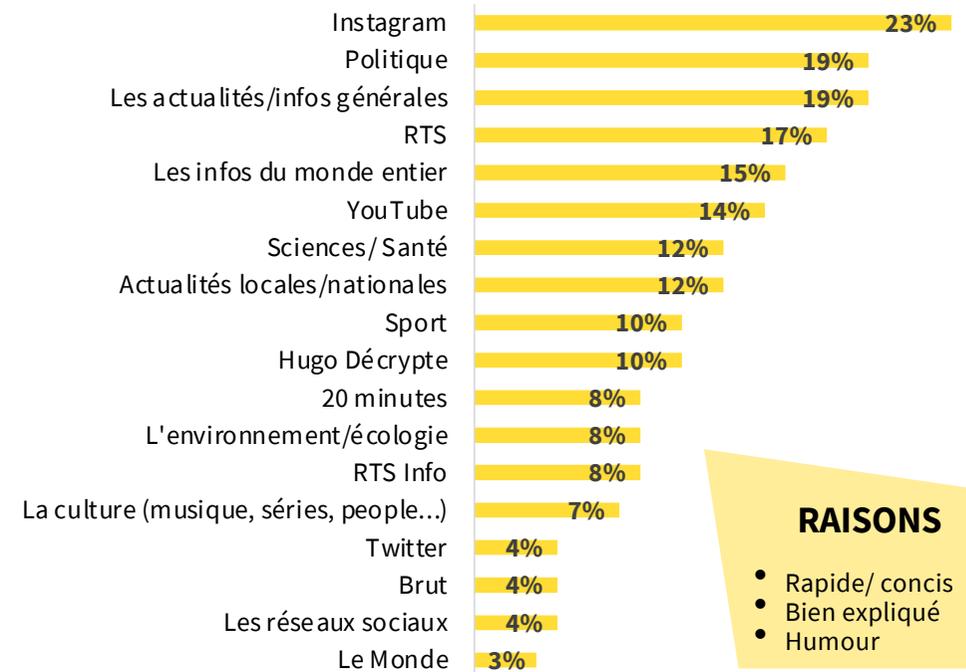
Parmi la liste suivante, quels types de contenu apprécies-tu particulièrement (n=514)

65% des 17-24 ans s'intéressent aux contenus d'information pour autant qu'ils soient concis, compréhensibles et décalés

INTÉRÊT CONTENUS D'INFORMATION



TYPES DE CONTENU ACTU APPRÉCIÉS EN SPONTANÉ



RAISONS

- Rapide/ concis
- Bien expliqué
- Humour

Quel est ton degré d'intérêt pour les contenus d'information (news, décryptage, reportages, débats et analyses) ? (n=514)

OUVERT: Quels sont les contenus d'info et d'actualité que tu aimes suivre et pourquoi ? (n=203)

Sur **tout ce qu'il se passe dans le monde** actuellement, rien en particulier, c'est ce que je trouve qui est bien avec les réseaux (tu trouves des choses qui t'intéressent sans forcément chercher). **J'aime bien RTS Info sur Instagram**, par exemple.

Hugo décrypte sur YouTube : contenu d'une rare qualité et sur des sujets variés. **RTS sur Instagram** : actualité suisse. **20 minutes app** : rapide headline. The New York Times, nouvelles scientifiques.

J'aime bien avoir des infos d'actualité sur les comptes Instagram (par exemple) de la RTS ou du 20 Minutes, car la **mise en page est attrayante et le texte est assez concis**. Le Rencard de la RTS sur Instagram est également un contenu que j'apprécie beaucoup.

Brut ou Konbini sur YouTube, car les vidéos sont claires, vraies, précises, d'actualité et avec une **touche d'humour**.

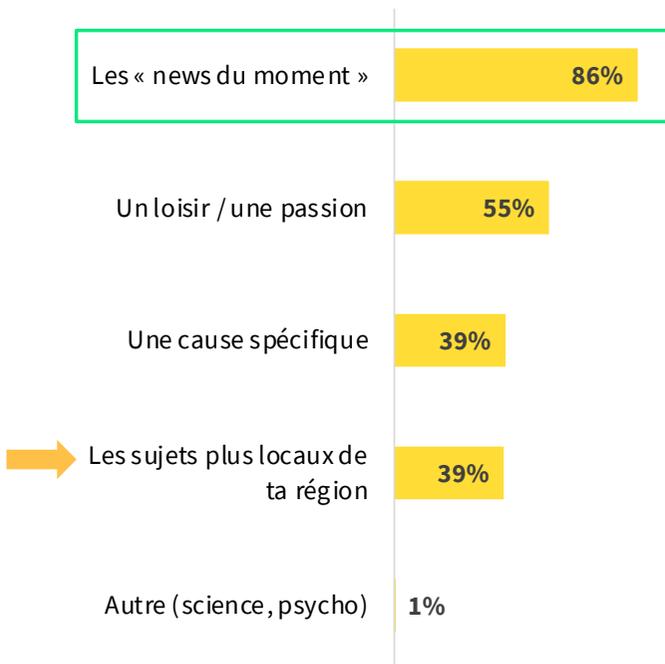
Ce qui me concerne, les catastrophes et les **choses graves qui se passent dans le monde**.

Actualité suisse sous forme de memes (c'est instructif et drôle en même temps), célébrités (c'est divertissant), politique (très vite fait, sinon ça m'affecte le moral).

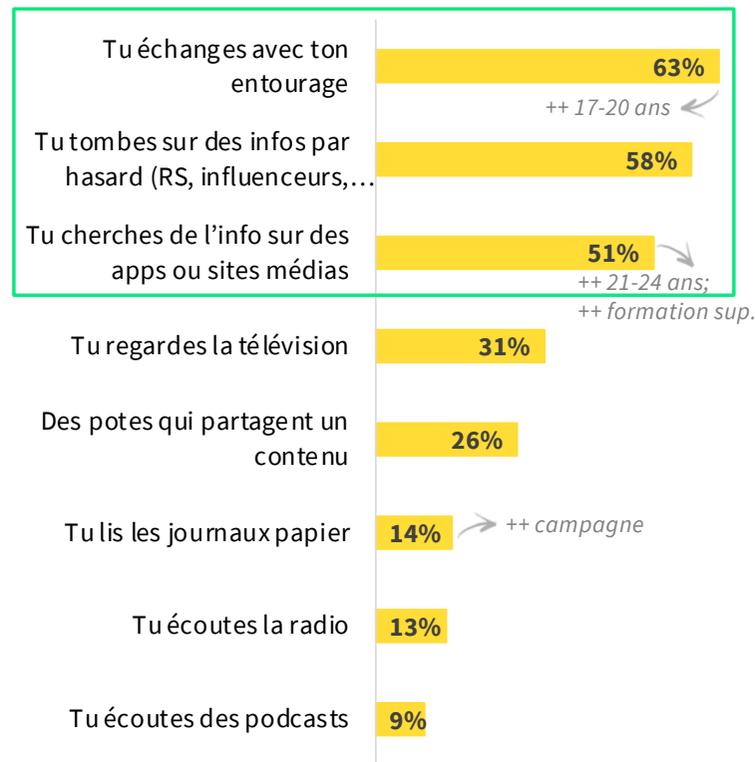
20 minutes, Brut : informations super rapides, bien expliquées, avec des news du monde entier.

Une préférence pour « les news du moment » en vidéo ou en texte

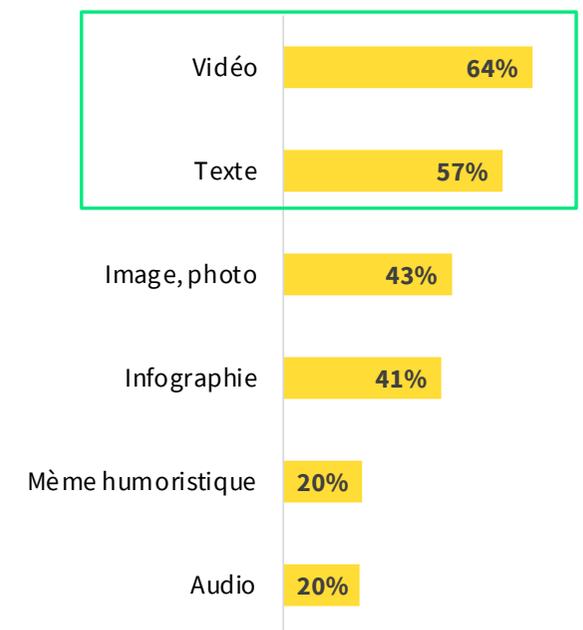
Les thématiques privilégiées :



Les canaux d'information :



Les formats de préférence :



Quand tu t'informes, c'est plutôt sur ... (n=336)

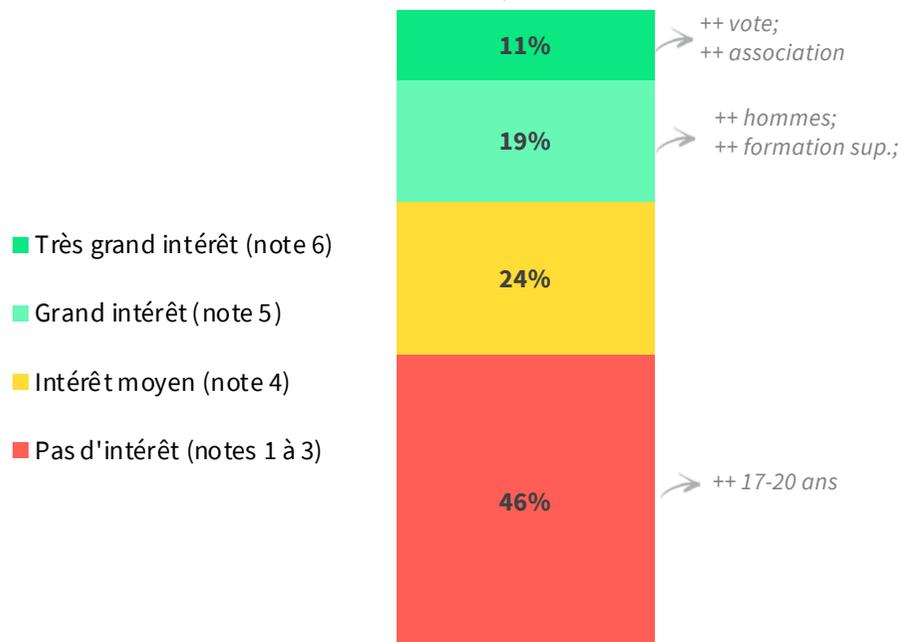
En général, pour t'informer... (n=336)

Le format que tu préfères pour t'informer sur des sujets d'actualité... (n=336)

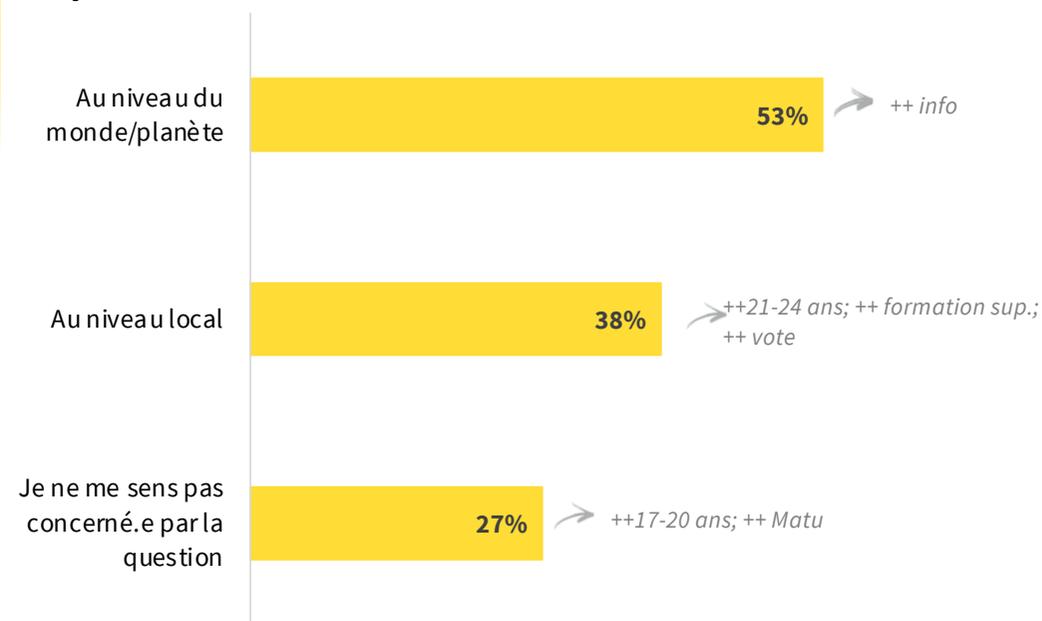
Des 17-24 ans plus concerné·es par les enjeux globaux, un intérêt plus faible pour l'actualité locale

INTÉRÊT ACTUALITÉ LOCALE

3,6/6



Un intérêt pour le local surtout chez les plus âgé·es et déjà votant :

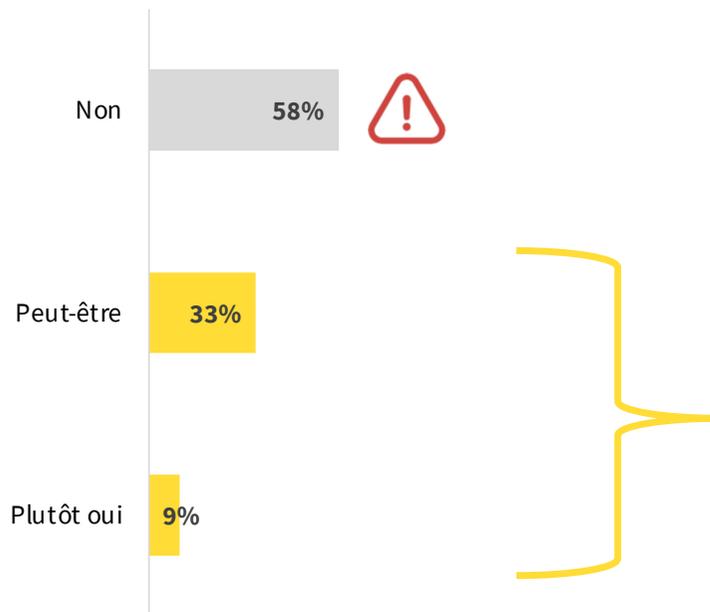


Et l'actu de ta région/canton, ça t'intéresse ? (n=514)

A quel niveau tu aurais envie de faire bouger les choses ? (n=514)

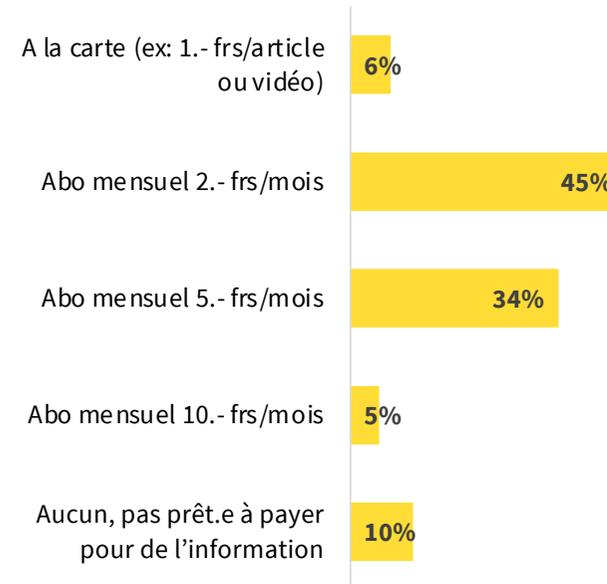
De manière générale, les contenus média se doivent d'être gratuits

Des jeunes pas prêts à payer pour accéder à un contenu média :



Serais-tu prêt.e à payer pour accéder à un contenu média suisse de qualité dédié aux jeunes de moins de 25 ans sur un support digital ? (n=514)

Réaction au prix proposé :



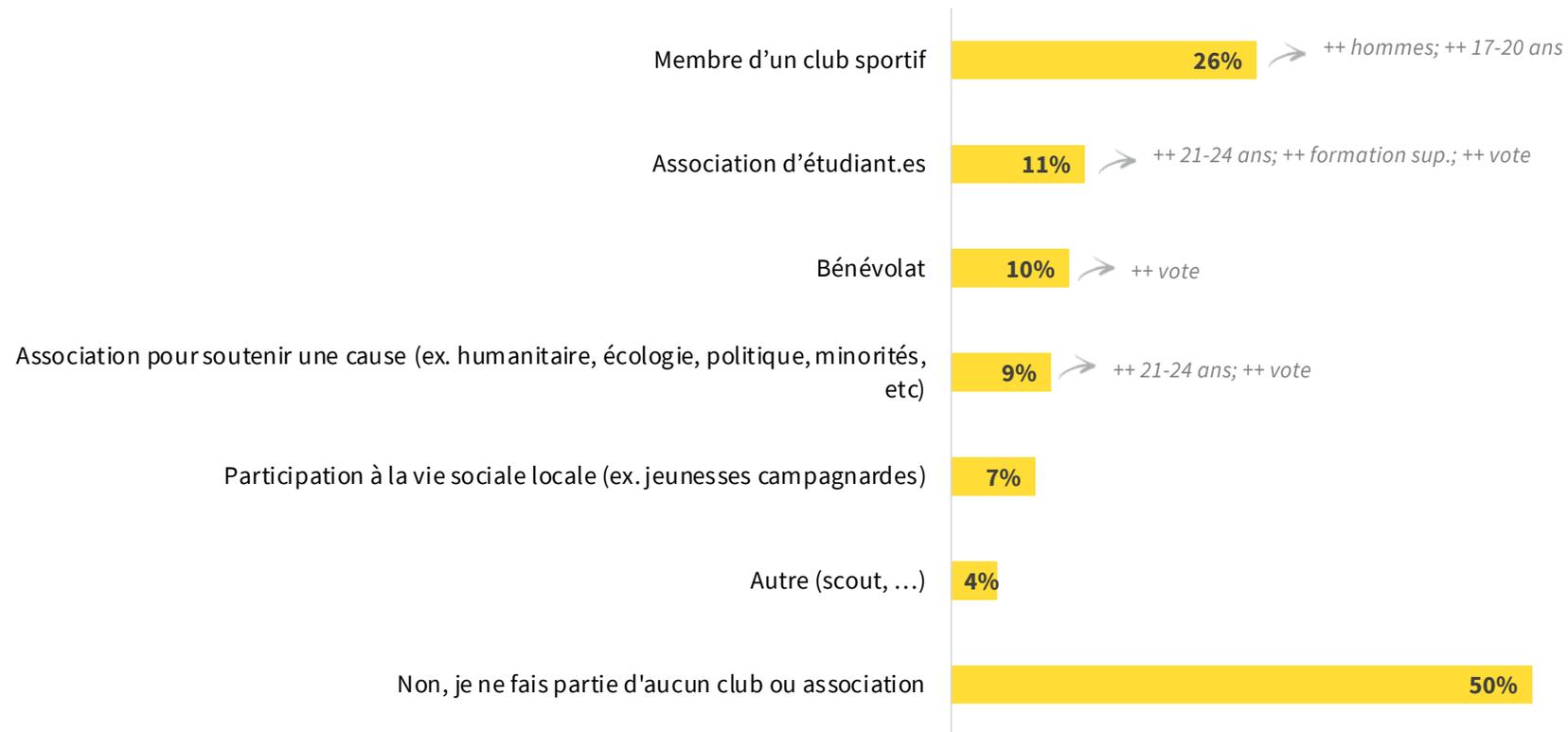
Quel prix serais-tu prêt.e à payer pour accéder à un contenu média de qualité dédié spécifiquement aux jeunes de Suisse romande ? (n=216)



3 LE CONSTAT D'UN MANQUE D'INFORMATION ET UNE ATTENTE DE PLUS D'ÉCOUTE

50% des personnes sondées sont engagées dans une association

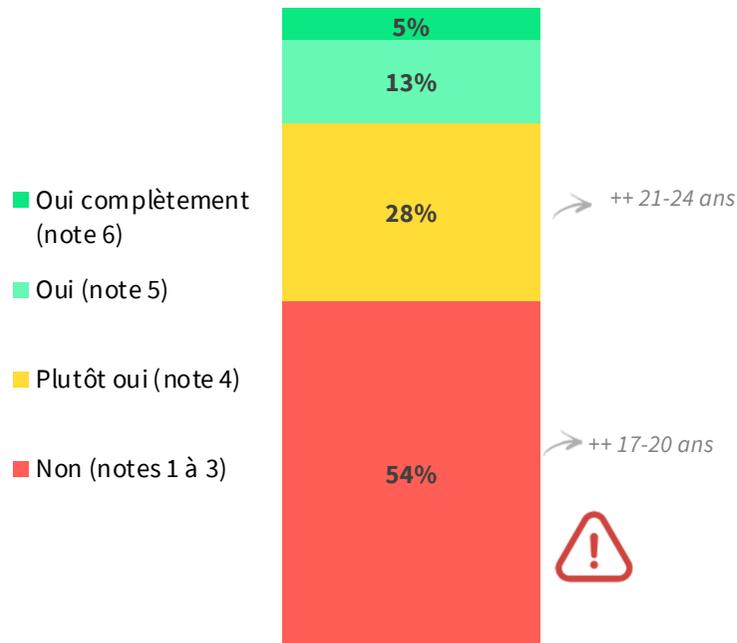
Un engagement principalement sportif :



En ce moment, tu fais partie d'un club ou d'une association ? (n=514)

Plus de la moitié des 17-24 ans ont l'impression de ne pas pouvoir exprimer leur avis

POUVOIR D'EXPRESSION



En tant que jeune en Suisse romande, as-tu l'impression de pouvoir exprimer ton avis pour défendre tes convictions et contribuer à faire bouger les choses ? (n=514)

Parmi ceux qui jugent qu'ils ont la possibilité d'exprimer leur avis pour défendre leurs convictions, la majorité évoque qu'il existe des **moyens efficaces de s'exprimer (vote, référendum, médias...)**

Pour la majorité qui n'ont pas ce sentiment, ils relèvent en majorité **un manque d'écoute** (les jeunes ne sont pas consultés/écoutés), suivi par un **sentiment d'impuissance** (pas d'impact/de poids, que ça ne changera rien) **et un manque de conviction que cela pourrait être utile** (les changements sont trop longs, c'est compliqué de faire bouger les choses, censure, etc).

OUVERT: Explique-nous pourquoi tu as mis cette note. Et si tu aimerais pouvoir faire bouger les choses, quels sont les sujets qui sont importants pour toi ? (n=254)

Je trouve que **l'on ne donne pas vraiment la parole aux jeunes**, et que quand on essaie de faire quelque chose, **on ne nous prend pas vraiment au sérieux**. Par exemple, pour l'état de la planète, à mon avis les jeunes sont ceux qui sont le plus inquiets, mais on ne peut rien faire, on voit bien que rien ne bouge même si on va manifester ou autre

Les politiques n'ont que faire de l'opinion du peuple, le pouvoir est aux riches, **l'avis des jeunes leur importe peu.**

L'avis des jeunes ces dernières années est très peu écouté ou mis en avant. Nos politiques pensent plus à la classe active et aux retraités qu'à la jeunesse qui est l'avenir de ce pays.

Le sujet le plus important ces derniers temps est quand même **l'écologie**. **On en entend beaucoup parler mais finalement, rien ne change.**

J'ai l'impression que le gouvernement n'écoute pas les manifestations, c'est pourquoi je désespère.

On a beaucoup l'occasion de défendre une cause et par différentes manières. En revanche, même si nous sommes beaucoup à défendre une certaine cause, nous serons **moins pris au sérieux sous le prétexte que nous sommes jeunes**. Notre voix a moins d'importance que celle des personnes plus âgées. Parmi les causes que je soutiens, il y a la **justice sociale, l'égalité, l'environnement, les droits humains**.

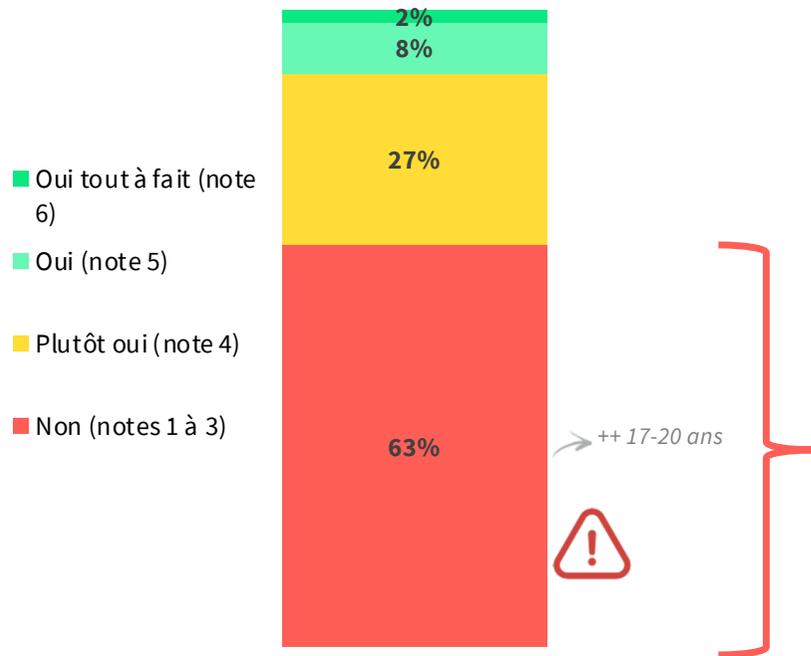
A Lausanne, il est courant que les citoyen.ne.s s'emparent des rues pour s'exprimer. Aussi, nous pouvons **nous impliquer dans la politique en votant et en signant des pétitions, référendums et initiatives populaires**. Je milite principalement pour les **droits humains, le féminisme et l'écologie**.

On a **la chance de pouvoir dire ce qu'on pense, critiquer** et je trouve que c'est très important.

On peut facilement s'exprimer sur des tas de choses, que ce soit sur **l'environnement, l'égalité homme / femme, la sexualité**, etc. C'est juste que **je n'ai pas l'impression que ça bouge beaucoup**, même si il y'a quand même quelques changements.

Un manque d'écoute qui se fait encore plus ressentir auprès des pouvoirs politiques

POUVOIR D'EXPRESSION AUPRES DU POLITIQUE

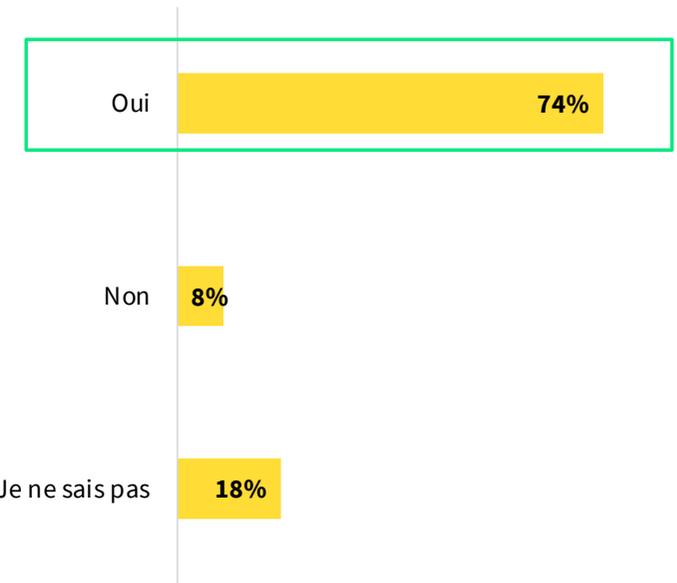


Les principales améliorations attendues sont :

1. Le fait d'**être plus pris au sérieux et entendu**
2. L'**inclusion des jeunes** dans les décisions, **les inciter à participer**

As-tu l'impression que les jeunes sont écoutés, que tu peux t'exprimer sur ce qui te tient à cœur auprès des décideurs (politiques) en Suisse ? (n=475)

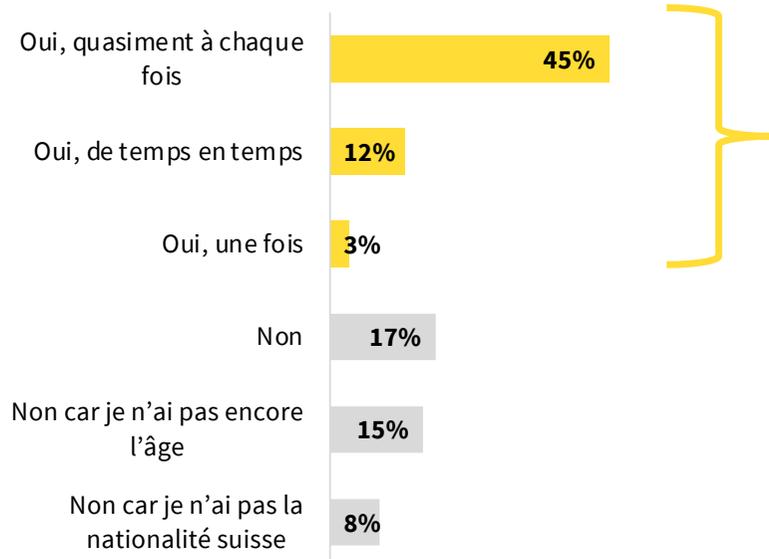
Un rôle des médias attendu en ce sens auprès des jeunes :



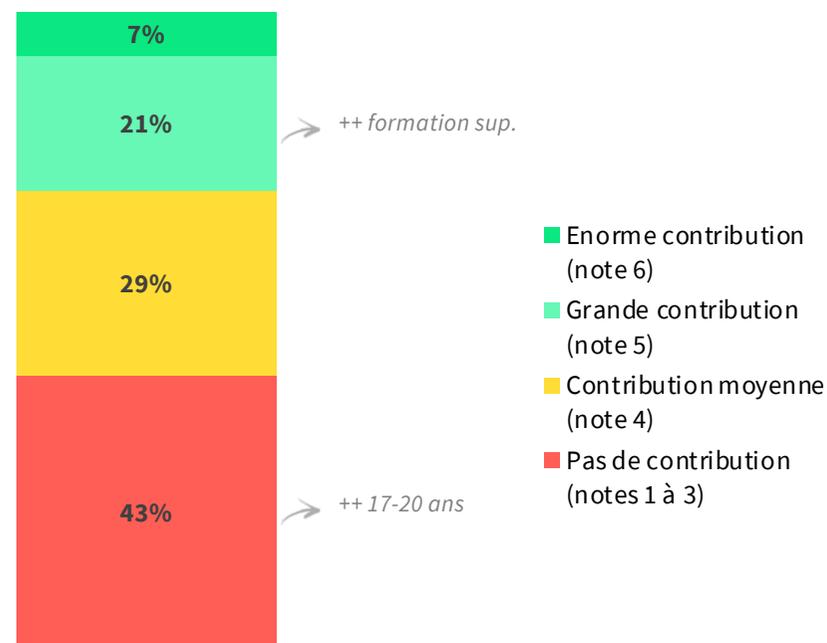
Penses-tu que les médias peuvent faciliter l'expression des jeunes sur les sujets qui leur tiennent à cœur ? (n=475)

Un droit de vote qui est utilisé mais qui semble peu perçu comme leur permettant de faire bouger les choses

FRÉQUENCE DE VOTE :



CONTRIBUTION DU VOTE AUX CHANGEMENTS

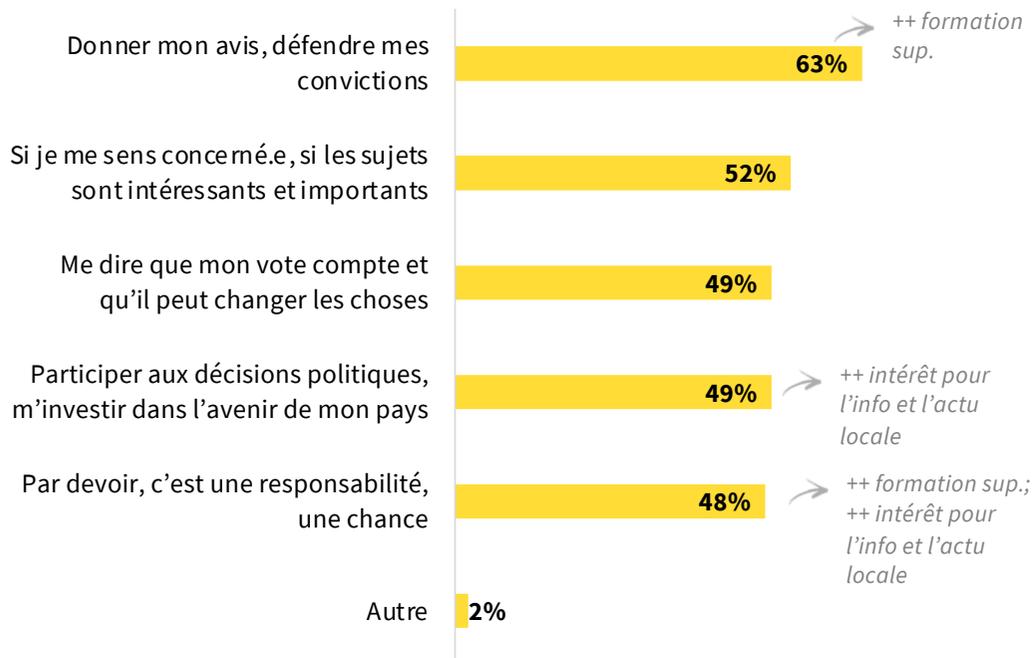


T'as déjà voté en Suisse, que ce soit au niveau communal, cantonal ou fédéral ? (n=514) / Tu votes à quelle fréquence ? (n=311)

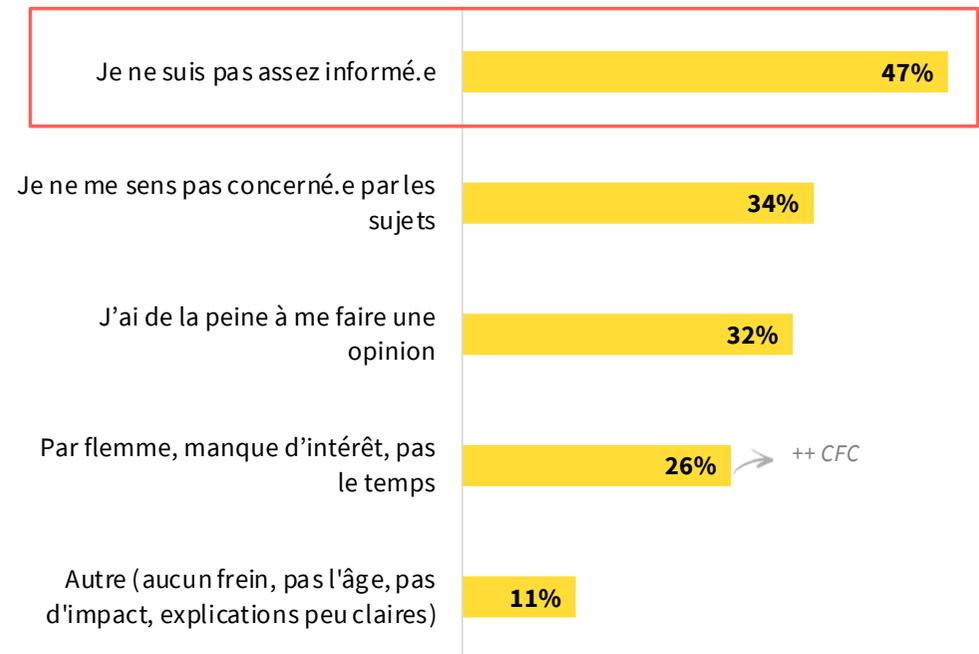
A quel point penses-tu pouvoir faire bouger les choses en participant aux votations en Suisse ? (n=475)

Un manque d'information comme principal frein au vote

MOTIVATIONS



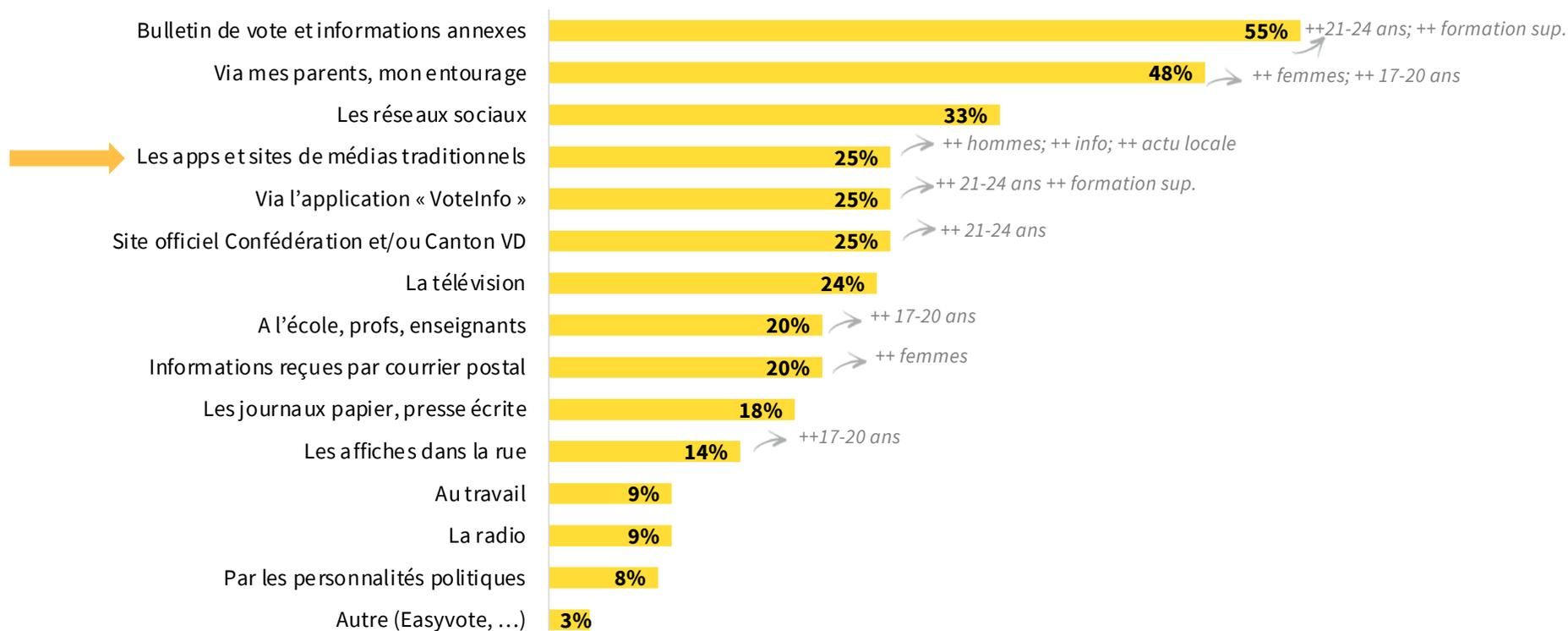
FREINS



Qu'est-ce qui t'incite ou t'inciterait à aller voter ? (n=475)

A l'inverse, qu'est-ce qui te freine d'aller voter ? (n=475)

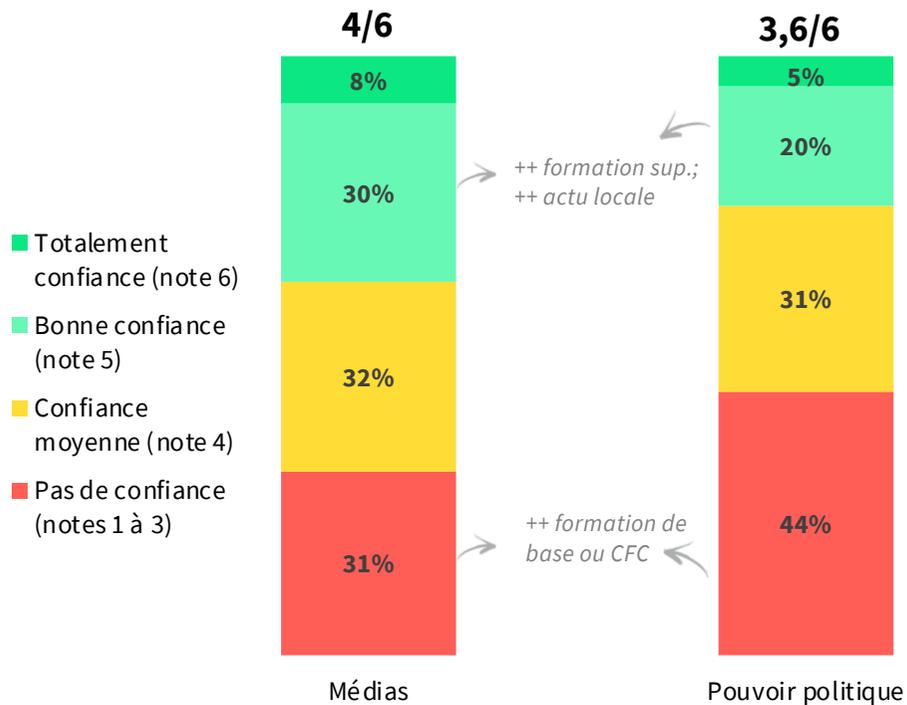
Les jeunes s'informent sur les votations en priorité via les infos du bulletin de vote et l'entourage



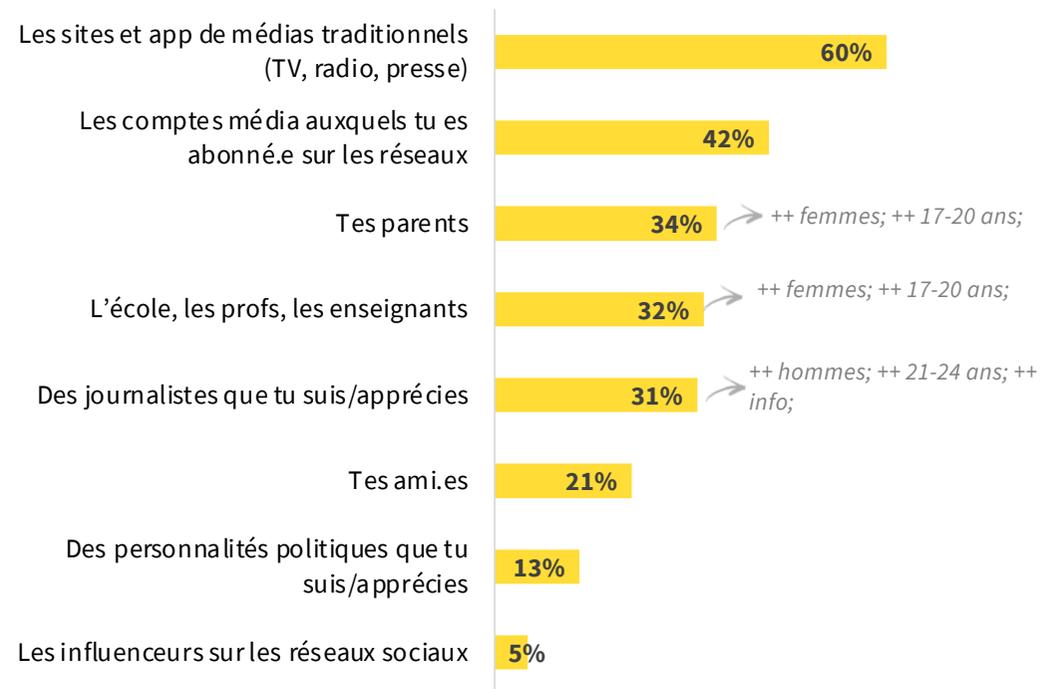
Comment tu t'informes pour une votation ou une élection ? (n=475)

Un niveau de confiance plus élevé dans les médias vs. les autres sources d'informations

NIVEAU DE CONFIANCE



Des médias traditionnels qui semblent plus sûrs :



A quel point fais-tu confiance aux médias et aux journalistes en Suisse / au pouvoir politique (partis, autorités publiques) en Suisse ? (n=514)

A qui ou à quoi tu fais le plus confiance pour t'informer un minimum sur l'actualité ? (n=514)

ENSEIGNEMENTS DU VOLET QUALI

1

VOLET QUANTI

Sondage en ligne et en face-à-face

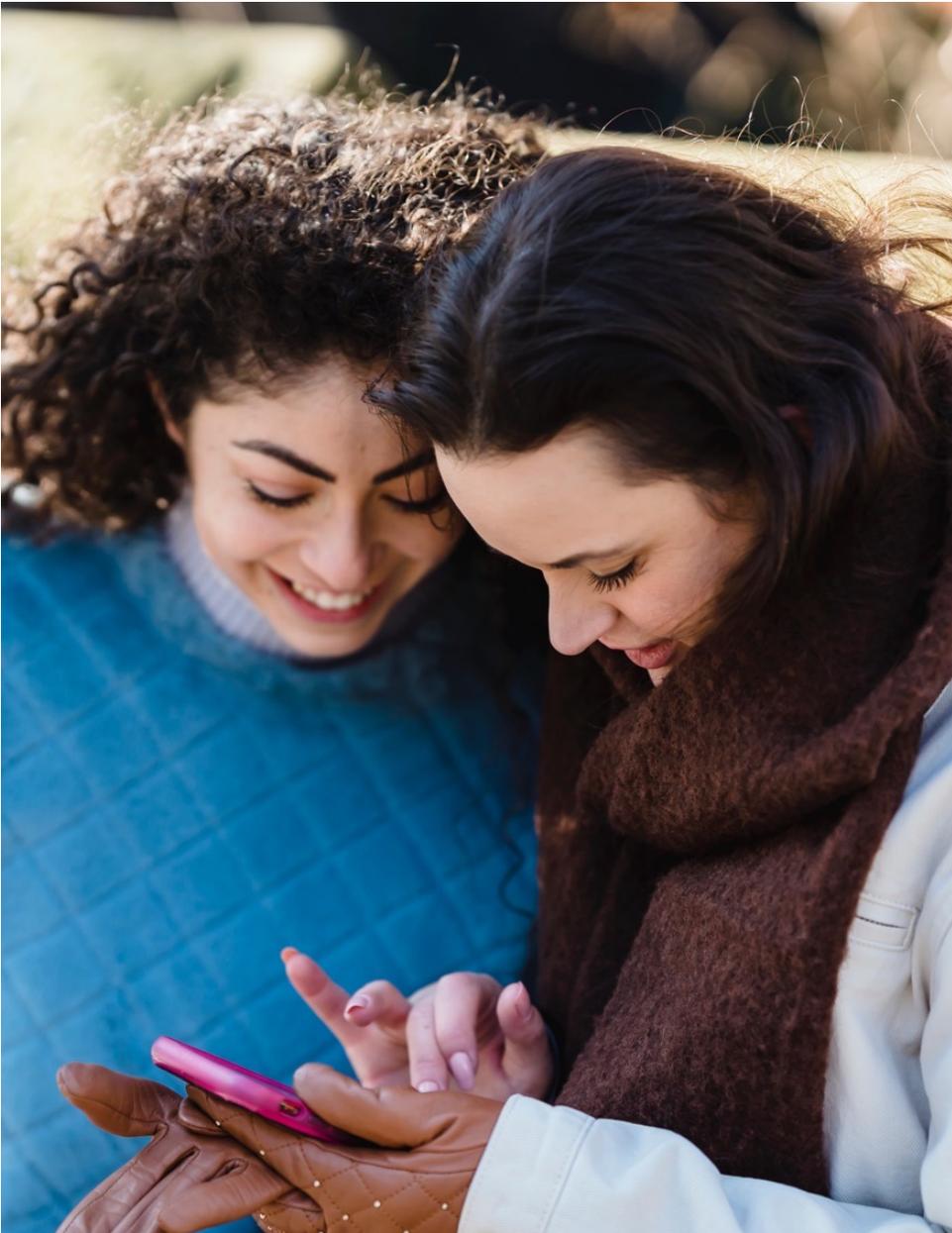
- Sondage de 10 min auprès de 514 Vaudois.es âgées entre 17-24 ans
- Sondage diffusé **sur les réseaux sociaux** (50%) et **en face-à-face** (50%) sur l'ensemble du canton de Vaud en janvier 2022
- *Quotas par genre, âge et district afin de garantir la représentativité de l'échantillon*

2

VOLET QUALI

Focus groups en ligne

- 4 focus groups de 90min en ligne via zoom avec 5 participant-es (recruté-es via le sondage quanti)
- Réalisés en février 2022



1 **UNE CONSOMMATION MÉDIA ET ACTUALITÉ VIA LES RÉSEAUX SOCIAUX**

Une consommation de l'information principalement via les réseaux sociaux

71% des 17-24 ans vont sur les réseaux sociaux pour s'informer sur l'actualité

Une consommation de l'information et des actualités passive et aléatoire

Un phénomène dû :

- au **scrolling**
- aux **suggestions personnalisées** des algorithmes et aux contenus sponsorisés
- aux **enchaînements automatiques de vidéos**

Des **informations courtes, rapides et concises** adaptées à leurs usages et modes de consommation sur les réseaux sociaux

Personnellement il y a pas mal d'infos que j'ai eu sans faire exprès, j'étais en train de scroller, et j'ai vu qu'il y avait ça qui s'est passé. Et du coup je me suis informée.

Une frontière floue entre information et divertissement

Le **motif premier** pour se rendre sur un réseau social est le **divertissement** (pas l'information)

Les contenus informatifs **aléatoires dans le fil d'actualités au milieu de contenus de divertissement**

Un contexte qui les fait se questionner sur la qualité et la neutralité des informations reçues

J'ai l'impression que les deux se mélangent un peu. Par exemple sur Instagram il y a des gens que je suis pour le divertissement mais tout à coup dans leur story il vont poster des informations ou des choses qui leur tiennent à cœur et qui font parties du militantisme.

En mineur, une consommation de l'information recherchée

Des **recherches en fonctions de leurs questionnements et intérêts** via des recherches **Google** ou des **applications** dédiées (ex. RTS ou 20min)

Des **médias traditionnels difficiles d'accès** qui demandent un effort tant dans l'usage (avoir une appli spécifique, faire des recherches) que dans la compréhension (loin de leur vécu et de langage)

Quand on tape des mots clés on tombe rapidement sur des articles de journaux. J'ai en tête la page Google qui met trois images d'articles de journaux différents. Le monde ou le temps ça sort souvent.

Des canaux « broadcast » pas ancrés dans les usages des 17-24 ans



LA TÉLÉVISION

- Pas d'utilisation personnelle
- En mineur, une consommation passive si la télé est allumée lorsqu'elles et ils sont avec leurs parents

Comme **je vis encore chez mes parents qui regardent la télévision**, je passe voir ce qu'il se passe ou ce qu'il se raconte. Mais je vais pas faire ça de moi-même.
21-24ans



LA RADIO

- Très peu d'utilisation personnelle
- Seulement si en voiture sans possibilité de connecter leur smartphone

La radio soit **si je suis dans la voiture ou quand j'ai plus de 4G** je suis sur la radio. Mais rarement.
17-20ans



LE JOURNAL PAPIER

- Pas d'utilisation personnelle
- L'attrait et usage du 20minutes papier (caissette) est également faible

Après **jamais je vais me prendre le 20 minutes à la gare pour le lire** dans le train, j'ai mon application.
17-20ans

Une grande diversité de canaux d'information via les réseaux sociaux

**En priorité, les stories sur Instagram.
Youtube pour approfondir et Twitter pour une info brève et efficace**



INSTAGRAM

Le plus utilisé par les 17-24 ans, autant par les hommes que les femmes, tout au long de la journée, on s'informe sans s'en rendre compte (consommation passive), les abonnements sont importants

Format des contenus :

- Stories
- Reels et vidéos de max 5min
- Gros titres avec illustration
- Mème

Abonnements cités :

*RTS Info, 20min, Konbini, Brut, Tataki
Thomas Wiesel, Hugo Décrypte*



YOUTUBE

Un public un peu plus masculin, consommation de contenus plus longs et plus approfondis (on prend le temps). Une info davantage « choisie » (algorithmes jugés peu efficaces) et un sourcing cross-media important (TikTok/Insta → YT)

Format des contenus :

- Vidéos plus longues, fin après-midi et soirée/WE
- Conso multi-écrans, en bruit de fond
- Grande place à la musique, podcast filmé et reportages/documentaires

Abonnements cités :

*Pour l'info : Hugo Décrypte, Le Grand JD, Tataki
Comptes spécifiques en lien avec sciences, santé, sport*



TWITTER

Un public un peu plus masculin et un peu plus âgé, en quête d'infotainment, de diversité de points de vue et d'humour

Format des contenus :

- Texte court avec illustration
- Mème

Abonnements :

En fonction de ses affinités et centres d'intérêt (ex. gaming, sport, tech, des personnalité comme Elon Musk ou dans le militantisme) ainsi que l'info proposée par l'algorithme

Une grande diversité de canaux d'information via les réseaux sociaux

**Un usage croissant de TikTok (++divertissement).
Snapchat pour du messaging. Non-usage ou détournement de Facebook**



TIKTOK

Usage plus marqué chez les moins de 20 ans

Format des contenus :

- Vidéos courtes entre 15s et 3min
- Usage quasi exclusif de « Pour Toi », c'est la répétition d'un info dans leur « Pour toi » qui donne du poids à un événement/actu

Abonnement :

Pas de compte spécifique, vidéos apparaissant dans leur « Pour toi ». A noter que certains influenceurs donnent leur point de vue sur l'actu, source de l'info difficile à identifier/vérifier



SNAPCHAT

Usage un peu plus marqué chez les femmes de moins de 20 ans. Surtout pour interagir et partager des photos avec filtres drôles.

Format des contenus :

- Photos/selfies
- Vidéo de max 3min
- Gros titres avec illustration
- Usage de « Discover » très faible

Abonnements cités :

Brut, Konbini



FACEBOOK

Usage plus marqué chez les plus de 21 ans mais un désintérêt grandissant (contenus jugés inintéressants, personnes vieillissantes sur la plateforme et trop de contenus sponsorisés/usage commercial)

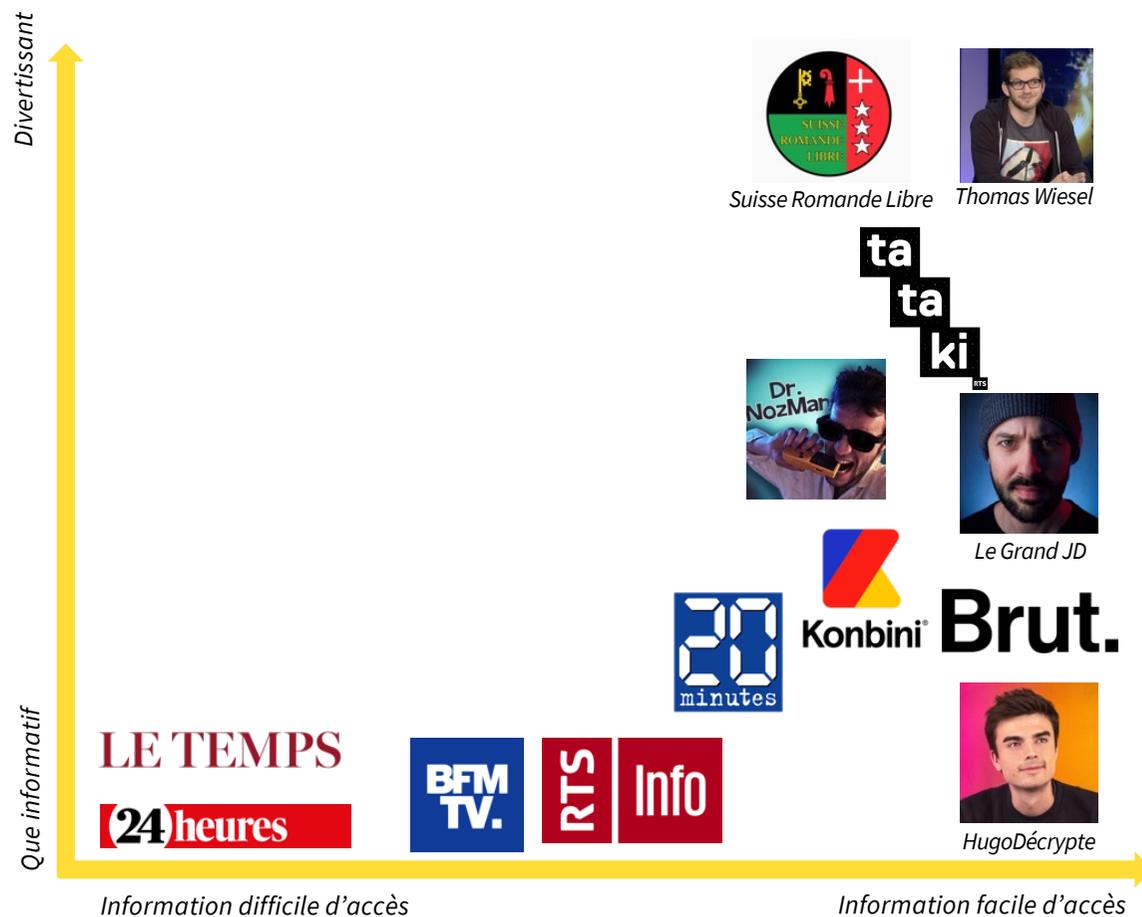
Format des contenus :

- Contenus de tous types

Abonnements :

Plutôt pour suivre des personnes de la sphère privée, liker des commentaires, partager ou être informé d'événements organisés dans la région en lien avec leurs centres d'intérêt

Mapping des principales sources citées



Mapping des principales sources d'information citées durant les focus groupes **qualitatifs**

Des médias locaux très éloignés des 17-24 ans

Des **évocations très larges** pour les médias locaux allant de l'échelle de la Suisse romande à celle communale.

- **L'actualité suisse est considérée comme locale vs. les informations internationales**

Les 17-24 ans **ne se retrouvent pas dans les médias locaux :**

- Un **format papier** loin de leurs usages
- Une **présentation et une mise en page** qui freinent leur intérêt

Seul intérêt constaté pour les médias locaux : quand leurs proches sont dedans et qu'ils partagent ce contenu sur les réseaux sociaux

*Moi personnellement **je pense au 20 minutes, à la Suisse romande.** (...) Peut-être le **Matin.** Tous ces grands journaux.*

*Moi je pense vraiment à plus petite échelle. **J'imagine des journaux régionaux, nous on a le journal la Côte***

*Moi **les seules personnes qui lisent le journal concrètement c'est mes grands-parents** donc je verrais plutôt des personnes au début de la soixantaine jusqu'à plus*

***Les journaux régionaux étaient les moins attractifs.** Après c'est aussi une question de budget, mais **la mise en page donne pas trop envie de lire. On dirait une archive, il a pas beaucoup de couleurs,** c'est noir et blanc. Nous on aime les images, on aime que ce soit coloré. Après on a des gros trucs en noir et blanc de pub et puis voilà.*

***C'est moins pratique. Si je suis sur le chemin pour aller au sport je me balade pas avec un journal certainement pas.** Et puis les polices d'écriture sont pas agréables. Donc il y a l'aspect visuel et pratique qui rentre en jeu.*



2 UN MANQUE D'ACCESSIBILITÉ DE L'INFORMATION SUR LES VOTATIONS

Une relation au vote plutôt conflictuelle chez les 17-24 ans

43% des 17-24 ans pensent que leur vote ne sert pas à faire bouger les choses.

47% se disent mal informé·es pour aller voter

- **Manque de compréhension des votations** (termes employés, pas clair, difficile d'accès)
- **Manque de compréhension de certains sujets et enjeux** loin de leur réalité (ex. retraite, agriculture, économie, etc.)
- **Manque d'informations sur l'après votation**, sur le suivi des décisions qui ont été prises

*J'ai été beaucoup beaucoup sensibilisé à ça et du coup j'apporte de l'importance à ça. C'est peut-être en donnant de l'importance moi-même que ma voix va compter un peu. **Mais j'ai pas l'impression quand je vote de me sentir particulièrement influençant.***

On me dit de voter mais si je sais pas assez sur le thème je peux pas du coup.

*Moi en fait en termes de votation ce qu'il se passe c'est **que je vais pas voter, soit parce que le sujet est assez dur à comprendre et c'est difficile de se faire un avis. Il faut comprendre pour voter parce que voter pour voter c'est débile.***

Mais c'est un investissement de notre temps.** C'est super qu'on puisse voter, il faut pas cracher dessus. **Mais ça donne ce côté qu'on a pissé dans un violon si je peux me permettre. On a tiré l'enveloppe dans la boîte aux lettres et puis merci à dans un mois pour un autre sujet.

Une difficulté à avoir des informations claires et compréhensibles

☹️ **Une documentation officielle reçue à domicile « angoissante »**

La brochure, plus chiant je connais pas. C'est impossible. Personne ne lit les trucs qui expliquent les sujets de votations.
17-20 ans

☹️ **Des vidéos sur admin.ch difficiles d'accès et pas neutres**

Les vidéos sur admin.ch c'est impossible de les trouver et en plus elles sont ultra dirigées puisque le Conseil Fédéral s'est positionné et le type qui parle il est toujours dans l'axe. Donc il présente les informations avec sa position et tu sens qu'il te trompe un peu.
17-20 ans

☹️ **Un format EasyVote apprécié mais pas accessible à l'ensemble**

J'ai la chance en habitant Pully, avec le fascicule rouge qui est horrible ils donnent un fascicule avec des arguments principaux qui tiennent sur une petite page A5. C'est hyper agréable à lire et ça résume tout
21-24 ans



☹️ **Des médias pour se tenir au courant mais pas suffisamment neutres pour se faire une opinion**

Sinon il y a aussi le 26 minutes qui en parle de temps en temps sur certaines votations. Donc ça me tient au courant des votations qu'il y a parce que souvent on a tellement de votations et plusieurs qu'on ne connaît jamais.
17-20 ans

☹️ **Des réseaux sociaux pour partager des points de vue et des opinions**

On peut voir sur Instagram en story. On a beaucoup de reposts où les gens donnent très vite leur avis sur les votations.
17-20 ans

☹️ **Un entourage pas toujours ouvert à la discussion et au débat**

J'en parle autour de moi mais c'est parfois houleux. C'est pas toujours évident de parler avec les gens de ça.
21-24 ans

Les attentes en termes d'information sur les votations

- Un besoin de **neutralité** et d'**informations non-orientées** (à l'inverse des médias). La volonté de **connaître tous les points de vue** et pas uniquement ceux des politiques
- Une information **claire et synthétique via de courtes vidéos** (d'environ 5min) avec des **mots et un langage accessibles**
- Une **information qui doit venir directement aux 17-24 ans**, sans avoir à les chercher (idem à leur conso d'actualité via les réseaux sociaux)
- **Plus d'informations et de suivi sur les changements suite aux votations**
- Une **centralisation en ligne de toutes les informations** pour un gain de temps et de praticité

Il faut que les mots utilisés soient plus accessibles

*En Suisse je trouve que c'est pas très médiatisé. Moi je regarde pas la télé et j'ai l'impression que c'est beaucoup à la télé. **YouTube y a pas de chaîne du conseil fédéral.** On voit juste les débats suisses c'est des pancartes accrochées aux lampadaires, il y en a une à côté de l'autre*

*Moi ce serait plutôt le **format vidéo qui serait le format le plus adapté pour les informations compliquées comme ça.** Parce qu'on peut rajouter des images, des graphiques, une personne qui parle. Et c'est assez difficile de trouver des avis sur ce qu'il faut voter*

*Une **vidéo explicative de 5 ou 10 minutes ferait l'affaire.** Par écrit, ça paraît bête de dire ça, mais c'est moins facile de comprendre l'information. Alors qu'un genre de podcast avec quelqu'un qui explique les choses clairement avec deux ou trois pictogrammes*

*Moi ça fait 6 ans que je vote et j'ai jamais vraiment eu de retour sur ce qui avait été accepté. **Ce serait intéressant qu'il y ait dans un média la possibilité d'avoir un bilan sur les votations, quelles sont les étapes encore..***



3 DES NOUVEAUX CONTENUS
QUI DEVRONT PASSER VIA
LES RÉSEAUX SOCIAUX
POUR TOUCHER LES
17-24 ANS

Des contenus et une présence sur les réseaux sociaux essentielle

Les réseaux sociaux semblent pour l'ensemble être le meilleur canal pour informer au niveau local

Une présence sur les réseaux sociaux aura comme avantage de :

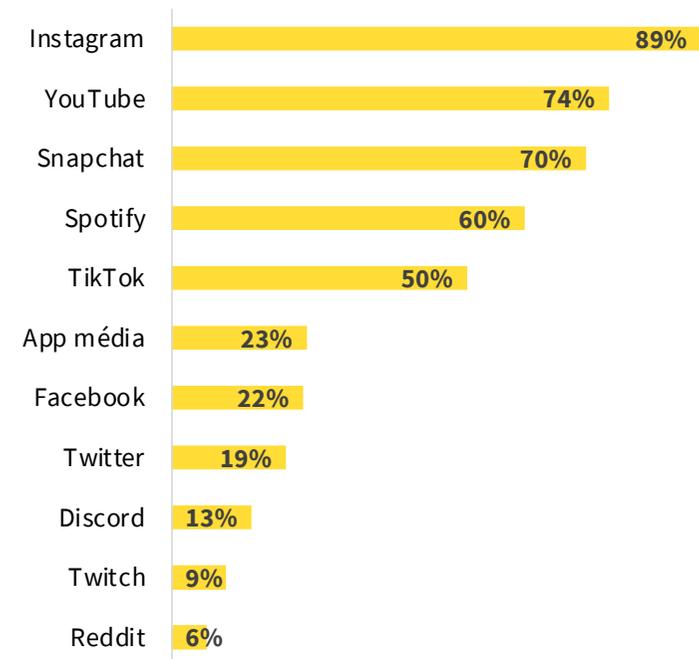
- **Se calquer sur leurs usages actuels**
- **Gagner plus facilement en notoriété auprès des 17-24 ans**



INSTAGRAM

Un compte sur Instagram est à privilégier en priorité !

RAPPEL des plateformes consultées quotidiennement :



Quelles apps ou plateformes utilises-tu presque tous les jours ? (n=514)

De jeunes incarnant·es qui ont un impact positif sur l'information

L'âge des incarnant·es et journalistes est essentiel dans l'appropriation de l'information par les 17-24 ans :

- Ambiance plus décontractée
- Utilisation du même langage qui facilite la compréhension
- Proximité avec l'information transmise, pas de barrière de l'âge
- Rafraichit globalement l'image du journalisme

De manière plus générale, la présence de jeunes incarnant·es participe positivement au pouvoir d'expression des jeunes

→ 74% pensent que les médias ont un rôle à jouer dans le pouvoir d'expression des jeunes

L'ambiance serait déjà plus décontractée. Et puis tous les mots on les comprend alors que si ça avait été une personne de 40 ou 50 ans qui présentait la vidéo elle aurait utilisé d'autres mots qui nous touchent moins ou qu'on comprend pas.
17-20 ans

Moi je trouve que ça revient un peu sur la question de est-ce que les jeunes sont entendus. Ça permet de voir qui pose les questions sans donner leur avis. Mais ça permet de voir un peu. Je connais pas l'émission mais à voir si ils donnent leurs avis et ça revient à cette question.
21-24 ans

Mais j'aurais plus tendance à apprécier un contenu d'un présentateur plus jeune parce que justement il y a cette barrière de différence d'âge et d'opinion et de vie tout court qui fait la différence après
21-24 ans



Équipe de PopCorn



Équipe de Tataki

Un fort besoin d'interactivité dans leur consommation de contenus

Peu de personnes rencontrées participent aux discussions dans les commentaires mais **l'ensemble prend plaisir à les lire et porte attention à la modération qui y est faite :**

- Les commentaires sont parfois une source secondaire d'information

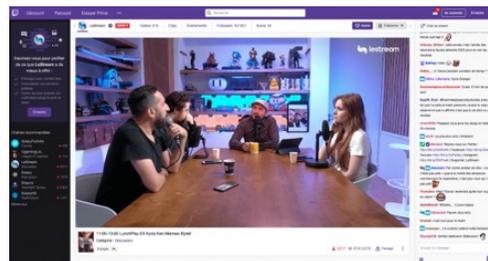
Les formats live sur les réseaux sociaux sont aussi appréciés laissant la place à l'échange entre les personnes incarnant le compte et les abonné-es et un **recapsulage de l'essentiel** (best off du live) peut être opportun pour être visionné à la carte

Les sondages au format story sont aussi appréciés et très utilisés pour donner son avis sur certains sujets qui peuvent ensuite être repris dans des posts ou d'autres stories

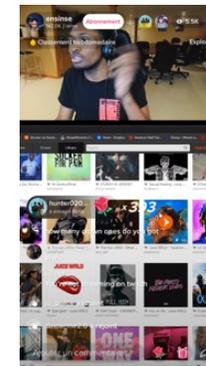
*Je regarde mais aussi des fois il y a aussi beaucoup de commentaires. Donc **des fois c'est un peu pour voir les différents points de vue.** Mais après je vois pas trop l'intérêt de faire un débat moi-même virtuel.
17-20 ans*

***Un truc auquel j'interagis souvent, sur Insta ils mettent des stories où ils font des sondages.** Tant pour ceux qui répondent au sondage et les personnes qui créent le contenu, **c'est ludique, c'est aussi une réponse instantanée en 24h où ils voient l'avis de la communauté.**
17-20 ans*

Exemple d'un Live Twitch



Exemple d'un Live TikTok



Exemple d'un sondage Instagram



De nombreux axes de démarcation pour les médias locaux

Des 17-24 ans qui **ne sont pas à court d'informations** :

- **Le besoin de créer une information originale, qui se démarque de leur fil d'actualité**
- A noter, que **54% se disent intéressé-es par ce qui se passe dans leur région/canton**

Les **principales pistes de démarcation** pour les médias locaux :

- **Couvrir l'événementiel** du canton (culture, sport, manifestation, patrimoine)
- Donner accès à une **information vulgarisée sur les votations**
- **Traiter de la vie des jeunes** dans le canton (reportage, portrait)
- **Adopter un point de vue glocal** : traiter de sujet locaux ayant une résonance plus globale/sociétale

Pour ce qui est info politique ce serait bien d'avoir un onglet dédié où on vulgarise tous les sujets politiques. Et puis avoir une partie info par rapport à cette politique pour savoir ce qu'il s'est passé dans le passé sur cette politique, avoir des retours des lois votées ou où est-ce que ça en est.

21-24 ans

Si on met autre chose que de l'information locale, ça perd un peu son sens j'imagine. Mais le truc c'est que les informations locales sont influencées par le monde

21-24 ans

Par exemple aujourd'hui il y avait la levée des restrictions covid. Mais dans les médias locaux jamais ils vont en parler beaucoup, ils vont parler de ce qu'il se passe dans le village. Donc ce serait moins intéressant.

17-20 ans

Moi ce serait sur les événements. D'avoir des informations sur les événements de musique, les festivals etc. Éventuellement un petit coin courrier des lecteurs comme ça, ça donne la sensation d'interaction qu'il y ait du débat ou non, juste des retours de la part des gens. Parce que les journaux peuvent écrire ce qu'ils veulent, personne ne va leur répondre. Mais du coup ça peut être intéressant. Mais oui ce serait vraiment ces éléments : la vie culturelle et la communication entre les lecteurs et les éditeurs.

21-24 ans



4

CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS



Consommation de l'information

- Une consommation de l'information principalement **sur les réseaux sociaux de manière passive**
- **En mineur une consommation choisie** via des recherches Google et app média (++)RTS et 20min)
- Un intérêt pour les **formats courts et concis** (vidéo de max 5min ou gros titre avec une illustration) **avec de jeunes incarnant·es**
- **Des médias locaux très éloignés** des 17-24 ans (format papier, mise en page peu attrayante, langage et ton employé, traitement de sujets mineurs)

Relation au vote

- Globalement, une **certaine sensibilisation et une éducation au vote** (surtout via les parents et l'école), **moins d'intérêt pour les élections** Vs les votations
- Mais, **des difficultés à s'informer** sur les votations (formats et contenus peu adaptés aux 17-24 ans)
- Un **manque d'informations sur les issues et les impacts** des décisions prises par votation qui donne le sentiment d'avoir **peu d'impact avec son vote**
- **Un univers politique éloigné de leur réalité** (ambiance formelle et barrière de l'âge engendrant une mise à distance, un manque d'interactions avec les politicien.nes et un manque de confiance)

Nos recommandations

1

S'adapter aux usages de consommation actuels

Se servir des **réseaux sociaux comme canal de diffusion** en priorité Instagram, puis YouTube. (TikTok pour le public plus jeune)

Créer des contenus adaptés aux réseaux sociaux : **courts, concis, clairs et drôles**. Principalement via des **vidéos**

Incarner le compte avec des **jeunes journalistes**

2

Rendre accessible les informations sur les votations

Vulgariser les informations reçues à domicile

Créer des contenus **intégrant l'ensemble des points de vue** avec des personnes directement touchées par les votations

Créer des **contenus « fact checking »** des informations que l'on peut trouver en ligne

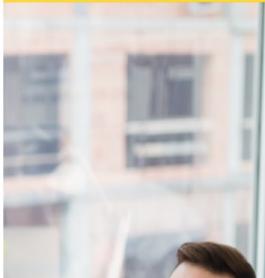
3

Se démarquer du flot d'informations les ciblant déjà

Couvrir l'événementiel du canton de Vaud

Couvrir les sujets locaux en adoptant un axe plus sociétal (quand le sujet le permet)

Traiter de la vie des 17-24 ans dans le canton de Vaud (sujets d'actualité les touchant, portraits, reportages)



merci
pour votre
attention

qualinsight 

**Votre partenaire en Suisse romande
pour les sondages et études de marché**

-
- Etudes exploratoires qualitatives
 - Sondages quantitatifs réseaux sociaux et panel romand
 - Ateliers innovation & design thinking

 **Esther Sève**

 e.seve@qualinsight.ch