

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2022



www.bruxelles-j.be

Table des matières

Introduction	3
1. Dans la continuité de 2021.	4
Le site de Bruxelles-J	4
Les questions posées sur la plateforme	6
La vision globale	7
La fin de Google Analytics 3	7
Le site Brussel-J, « wegwijzer voor jongeren in Brussel »	8
2. L'évolution du contenu de la plateforme	9
Les « Investigations », moins mais mieux	9
Une section actus en croissance forte	10
Accueil du nouveau partenaire Questions Scolaires	11
Mise à jour constante des dossiers d'information	12
Analyse technique et SEO approfondie du site	13
3. Communication numérique	14
4. Communication papier	17
Nos présentoirs avec 12 brochures thématiques	17
Le « school pack »	18
La campagne d'affichage JCDecaux	19
5. Activités extérieures	20
Concertation Ixelloise de la Jeunesse	20
Atelier 'Ton vote, ton choix' au Parlement Bruxellois	20
Dans les médias	20
6. Projets pour 2022	21
Evolution du plan annuel de communication	21
Mise en place des recommandations de l'audit technique et SEO	21
Prolongement de notre action sur les actualités en français et en néerlandais	22
Création de nouvelles fiches d'information	22
7. Le Partenariat	23
Les 12 partenaires francophones de Bruxelles-J	23
8. Jeugd Informatie in het Nederlands	23
9. Les 25 fiches d'information les plus consultées	24
10. Les visites sur le site en 2020, 2021 et 2022	25
11. L'origine géographique de nos utilisateurs	26
12. Les outils de navigation	29
13. Données démographiques partielles	30
Répartitions par sexes	31
14. Les demandes d'information en 2022	32
Conclusion	34
Index des figures	35

INTRODUCTION

Après deux années un peu hors du temps, 2022 a enfin permis de voir la situation sanitaire se stabiliser durablement. Malheureusement, la réémergence de la guerre en Europe et ses multiples conséquences ont à nouveau éloigné le retour à la normale tant espéré. Les chiffres de hospitalisations ont laissé la place à ceux de l'inflation et les jeunes générations, particulièrement les classes populaires, sont restées exposées à une précarité accrue. Dans un contexte où le défi climatique, l'instabilité géopolitique et les difficultés économiques, rendent l'avenir de plus en plus incertain, l'information à destination de la jeunesse est face à de nombreux défis. La plupart sont là pour longtemps...

Premièrement, il nous semble encore et toujours primordial d'œuvrer au rétablissement d'une forme de confiance de la part d'une partie de la jeunesse envers nos institutions, nos médias, ...en un mot notre système politique et institutionnel. Si nous n'y arrivons pas, il y a un fort risque de voir une société encore plus fractionnée se développer avec les conséquences désastreuses que cela peut avoir (tensions, violences, dysfonctionnement, ...). Rétablir un sens et un projet commun, (re)faire société nous semble essentiel à l'aune des défis colossaux qui sont devant les sociétés européennes.

En ce sens, fournir une information professionnelle, gratuite et neutre devient un élément essentiel afin d'éviter le décrochage. Il est important que les jeunes sentent qu'ils sont attendus, qu'il y a encore une place pour eux dans notre société, qu'ils y ont des droits et un rôle à jouer. La neutralité d'une plateforme comme la nôtre est ici précieuse à une époque où tout a tendance à devenir une prise de position. Ramener un peu de réalité concrète et dépassionnée est salvateur.

Un deuxième défi dans le prolongement du premier concerne la dimension de visibilité et d'accessibilité. De plus en plus, les gens s'informent en ligne via les réseaux sociaux où tout et n'importe quoi circule. Dès lors, réussir à avoir une présence sur ces médias pour y fournir une information exacte, neutre et sympathiquement présentée devient selon nous un enjeu majeur. Internet et les réseaux sociaux sont sans doute devenu l'un des terrains où l'on peut le plus lutter contre le fractionnement de la société, pour ramener le sens d'un projet commun dans lequel tout le monde peut trouver une juste place.

Dans ce domaine également, les nouvelles dynamiques sont nombreuses. Alors que les jeunes générations délaissent les réseaux de leurs aînés (Facebook) pour de nouvelles plateformes (TikTok, Snapchat), les géants du secteur font eux constamment évoluer leurs formats et leurs algorithmes. Cela impose une remise en question continue afin de ne pas être laissé derrière. Enfin, il est encore trop tôt pour évaluer les conséquences de l'émergence de l'intelligence artificielle et d'outils tels que ChatGPT mais elles semblent devoir être énormes à terme. Dans le domaine de l'information jeunesse comme dans d'autres services à la personne (médecine, ...), la question de la place du travail humain risque d'être posée et il faudra être prêt à rappeler l'importance de celui-ci.

C'est dans ce contexte mouvant que Bruxelles-J a continué son action en 2022. Après une année 2021 record, l'année écoulée présente des chiffres de fréquentation du même ordre de grandeur et a confirmé la pertinence d'une plateforme d'information en ligne accessible anonymement 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24. En marge de cela, l'année de Bruxelles-J a été émaillée de nombreuses réalisations devant être porteuses sur le moyen et le long terme. Accueil d'un nouveau partenaire avec Questions Scolaires, redéploiement de notre réseau de présentoirs à flyers, commande d'une analyse technique approfondie du site web, ...Nous allons évoquer l'ensemble de ces points plus en avant.

Alors que 2023 s'annonce comme une année où de nombreuses thématiques risquent de générer un besoin accru d'information (entrée en vigueur de la réforme paysage, coût de l'énergie toujours élevé, ...), Bruxelles-J apparaît avoir plusieurs cartes en main afin de rester un outil pertinent permettant d'aider les jeunes de Bruxelles et d'au-delà à prendre leur place dans notre société.

1. Dans la continuité de 2021.

Le site de Bruxelles-J :

Alors que le retour à la normale sanitaire a permis la réouverture d'un grand nombre de permanences et de sources d'information en présentiel, Bruxelles-J est néanmoins resté un acteur majeur de l'information jeunesse en Région de Bruxelles-Capitale et l'acteur phare en matière d'information en ligne.

La communication en ligne et la mise à jour constante du contenu du site ont permis de maintenir l'audience du site à un niveau proche de celui de 2021 qui était une année record pour Bruxelles-J. Avec 2 764 661 utilisateurs en 2022, Bruxelles-J réalise la deuxième meilleure année de son histoire. Si on observe un léger recul par rapport à 2021 (- 4,84 %), la hausse par rapport à 2020 demeure très importante (+ 23 %). Sur le long terme, c'est encore plus frappant avec une hausse de près de 200 % depuis 2015 (+ 194,5 %).

	2019	2020	2021	2022	De 2021 à 2022 (%)	De 2020 à 2022 (%)	De 2015 à 2022 (%)
Visiteurs	2 159 172	2 248 357	2 905 287	2 764 661	- 4,84 %	+ 23 %	+194,5 %
Visiteurs uniques	1 605 728	1 729 428	2 232 799	2 151 050	- 3,66 %	+ 24,4 %	+226,6 %
Pages vues	2 842 645	2 917 839	5 307 733	4 775 033	- 10,03 %	+ 63,6 %	+222,9 %
Vues uniques	2 499 942	2 575 103	3 298 260	3 070 669	- 6,9 %	+ 19,2 %	+152,1 %
Questions traitées	18 096	14 607	12 771	11 742	- 8,05 %	- 19,6 %	-35,8 %

Tableau 1. Evolution du trafic sur le site de Bruxelles-J entre 2015 et 2022 (Données internes issues de Google Analytics, 2023).

Cette tendance se retrouve également au niveau des autres paramètres. Le nombre d'utilisateurs uniques s'élève à 2 151 050 en 2022, soit un léger recul de 3,66 % par rapport à 2021 mais une hausse de 24,4 % par rapport à 2020. Même constat pour les pages vues, celles-ci avaient augmenté de plus de 80 % en 2021 ! Le léger tassement observé cette année place quand même l'année 2022 très largement au-dessus de 2020 (+ 63,6 % avec 4 775 033 pages vues).

Plusieurs éléments semblent pouvoir expliquer l'évolution du trafic sur le site web en 2022. Premièrement, 2021 avait été une année de tous les records et il n'est pas forcément étonnant d'observer un léger tassement l'année suivante. Sur le plan théorique, il y a une limite au nombre de personnes en recherche du type d'informations proposées sur le site et Bruxelles-J ne va pas pouvoir augmenter son trafic indéfiniment. Il y a bien un moment où le site atteindra un plateau.

Deuxièmement, il est assez difficile pour nous de quantifier l'impact du COVID et de la crise sanitaire sur le trafic enregistré sur la plateforme. En 2020, le trafic n'avait augmenté que légèrement par rapport à 2019 mais il y avait sans doute également eu un effet de sidération et une mise en pause d'un certain nombre de démarches avec l'espoir que la situation ne dure pas. L'installation dans le temps long de la crise sanitaire et des confinements successifs ont potentiellement pu booster notre trafic en 2021. Il s'agit bien sûr d'hypothèses et nous n'avons malheureusement aucune certitude à ce niveau.

1. Dans la continuité de 2021.

Troisièmement, les serveurs qui hébergent le site de Bruxelles-J ont été victime entre août et octobre 2022 d'une attaque de type *pingback xImpc*. Concrètement des bots ont envoyé des requêtes en boucle pour tenter de se connecter à notre serveur, ce qui a ralenti l'accès à celui-ci et par extension à notre site web. Le 13 octobre, date à laquelle nous avons identifié l'attaque, il y avait ainsi déjà eu 20 405 tentatives de connexions frauduleuses en 24 heures ! Une fois identifiée, nous avons mis en place les contre-mesures nécessaires et l'attaque a pu être mitigée. Toutefois, nous avons mis environ 2 mois à nous rendre compte que nous étions attaqués car une attaque de ce type ne laisse pas de trace visible sur le site web. C'est un avertissement sur le ralentissement de nombreuses pages au niveau de Google Analytics qui nous a alerté et nous a permis d'identifier le problème. Le fait que cette attaque ait eu lieu au moment de la rentrée scolaire, pic traditionnel de fréquentation du site a bien sûr eu un impact fort sur le trafic annuel de la plateforme. Nous le verrons plus loin dans ce rapport le pic habituel de fréquentation du mois de septembre a été érodé par cette attaque.

Enfin, quatrièmement, une plateforme comme Bruxelles-J est évidemment très exposée aux changements de formats et de politique implémentés par les GAFAM, Google en tête. Le fait que depuis quelques mois le résumé essentiel d'une page web apparaissent directement dans l'onglet de recherche Google sans même devoir aller sur le site web en question a évidemment un impact sur le trafic de l'ensemble des plateformes existantes.

Dans ce contexte mouvant, il semble que Bruxelles-J a su maintenir le cap de 2021 en apportant en 2022 une information gratuite, neutre et de qualité à près de 3 millions de jeunes en quête d'information. L'évolution du trafic sur la plateforme à plus long terme ne dit pas autre chose : depuis 2015, le nombre d'utilisateurs du site et le nombre de pages vues ont triplé !

1. Dans la continuité de 2021.

Les questions posées sur la plateforme

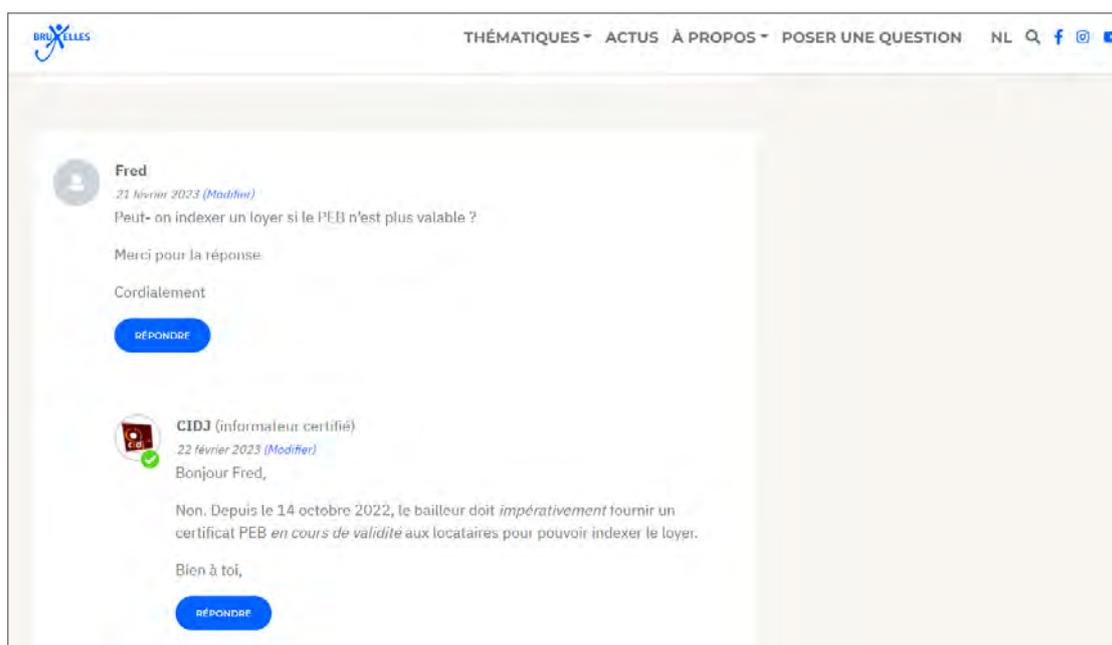
A l'opposé, alors que le site de Bruxelles-J recueille depuis 2015 un nombre croissant d'utilisateurs, le nombre de questions posées continue lui à se tasser. Il est important de rappeler qu'il s'agissait là au départ d'un objectif poursuivi par la plateforme. Le travail de réponse aux questions posées est très coûteux en ressources. Il demande beaucoup de temps et de personnel. Garder le nombre de questions dans les limites du raisonnable est donc un enjeu majeur, surtout après la période 2016-2018 où le nombre excessif de questions avait soumis les partenaires à une charge de travail trop importante.

En effet, on estime en moyenne qu'un travailleur à temps plein peut répondre à 3 000 questions par an. Et encore cela dépend des thématiques : certaines thématiques légales demandant par exemple souvent plus de temps pour fournir une réponse adaptée. Dans le cadre du projet Trec-One, Bruxelles-J distribue une enveloppe fermée aux partenaires au prorata du nombre de questions auxquelles ils ont répondu au cours de l'année. Toutefois, cette enveloppe ne correspond pas toujours au travail réellement fourni par les partenaires.

Par voie de conséquence, l'un des enjeux traversant l'action de Bruxelles-J est de maintenir le nombre de questions à un niveau gérable pour les partenaires tout en fournissant une information de qualité à un nombre croissant d'utilisateurs. Les groupes de travail, le développement d'un nouveau vademécum sur l'écriture des fiches et l'optimisation de la lisibilité du site sont là pour tendre vers cet objectif.

De fait, avec la mise en place du nouveau site web où le fait de laisser les questions et les réponses visibles sous les fiches d'information a été déterminant car il évite que des questions similaires soient posées, le nombre de questions sur la plateforme diminue depuis 2019. En 2022, Bruxelles-J comptabilise 11 742 questions traitées par l'ensemble des partenaires. Cela représente une diminution de 8,05 % par rapport à 2021, et cela semble confirmer le ralentissement de la baisse observée ces dernières années.

En effet, après une baisse de 19,3 % en 2020 (4000 questions en moins) et de 12,5 % en 2021 (2000 questions en moins), la baisse observée cette année (1000 questions) semble confirmer que nous devrions arriver à un plateau. L'objectif de faire revenir le nombre de question dans des limites raisonnables a été atteint et l'ambition pour les années à venir est plutôt de viser une forme de stabilité : fluctuer entre 10 000 et 15 000 questions nous semble un bon cap à tenir.



Capture d'écran section commentaire de Bruxelles-J

1. Dans la continuité de 2021.

La vision globale :

Bruxelles-J semble atteindre son objectif, puisque près de trois millions d'utilisateurs y trouvent facilement les informations qu'ils recherchent. Grâce à la qualité du contenu sans cesse mis à jour des fiches d'information et à la bonne ergonomie du site, les utilisateurs ressentent moins le besoin de poser directement leurs questions éventuelles.

Le travail de communication, de mise à jour des contenus et de développement de nouvelles fiches afin de coller aux enjeux des jeunes d'aujourd'hui apparaît également porter ses fruits. En 2022, pour la deuxième année consécutive, le site de Bruxelles-J a accueilli en moyenne 8 000 visiteurs par jour. Cela fait de Bruxelles-J la plateforme d'information en ligne la plus visitée en Belgique francophone !

La fin de Google Analytics Universal

Fin juin 2023, Google mettra fin à l'activité de Google Analytics Universal qui laissera la place à Google Analytics 4, notamment afin d'avoir un outil de statistiques plus en accord avec les principes de la RGPD. Si Bruxelles-J est préparé à cela : Google Analytics 4 est déjà installé sur le site depuis 2021 et une partie du personnel va suivre une formation sur Google Analytics 4 en avril 2023, il faut savoir que les chiffres de Google Analytics 4 ne pourront pas être comparés avec ceux des années précédentes.

En effet, Google Analytics ne tient compte que des utilisateurs actifs et pas de l'ensemble des utilisateurs. Pour être comptabilisé comme actif, un utilisateur doit avoir déclenché un événement dont la définition est encore assez peu claire pour nous à l'heure actuelle. Nous espérons pouvoir optimiser les chiffres fournis par Google Analytics 4 après avoir suivi la formation mais, en l'état, celui-ci fournit des chiffres très différents de ceux de Google Analytics Universal. En 2022, Google Analytics 4 a comptabilisé 1,4 millions d'utilisateurs sur Bruxelles-J pour une moyenne d'environ 5000 utilisateurs par jour.

Même en configurant mieux l'outil, celui-ci ne compte pas de la même manière que Google Analytics Universal et nous n'aurons pas les mêmes chiffres de fréquentations en 2023 que les années précédentes.

1. Dans la continuité de 2021.

Le site Brussel-J, « wegwijzer voor jongeren in Brussel »

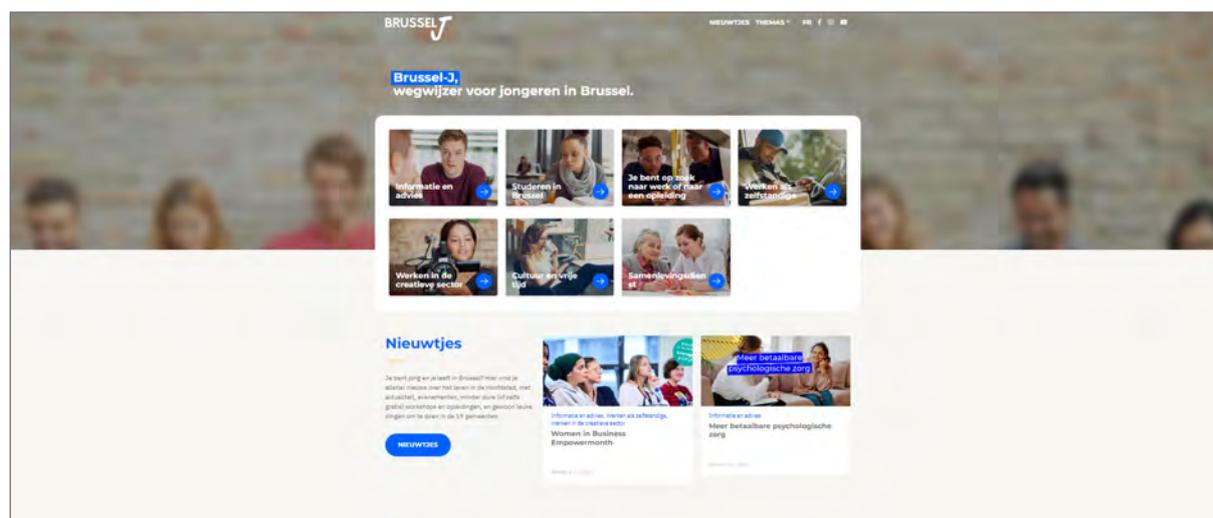
Le versant néerlandophone de Bruxelles-J, Brussel-J, redirige les internautes vers une sélection des acteurs principaux de l'information jeunesse en langue néerlandaise présents sur le territoire de la Région de Bruxelles-Capitale. Le volet néerlandophone de la plateforme est clairement moins développé que le versant francophone mais il n'en est pas moins important à nos yeux. En 2022, nous avons d'ailleurs décidé de réalimenter plus régulièrement le site avec des actualités susceptibles d'intéresser les jeunes bruxellois néerlandophones. L'impact sur le trafic du site a été impressionnant !

En 2022, Brussel-J a accueilli 12 120 visiteurs et 31 633 pages ont été consultées. Cela représente un peu plus de 30 utilisateurs par jour et près de 90 pages consultées par jour tout au long de l'année. Le travail de création de contenu en néerlandais semble donc porter ses fruits et le trafic sur Brussel-J a littéralement explosé en 2022.

Développer plus largement le versant néerlandophone du site afin d'augmenter son impact demeure un objectif de l'association à moyen et long terme. Il y a toutefois des obstacles à cela notamment les moyens humains supplémentaires que cela nécessiterait en interne à Bruxelles-J, le faible nombre de structures néerlandophones s'adressant spécifiquement à la population bruxelloise et la structure sans doute moins précarisée de la population bruxelloise néerlandophone. Toutefois, nous le verrons plus en avant, même sans cela, le trafic sur Bruxelles-J provenant de Flandre a très fortement augmenté en 2022.

	2021	2022	Évolution 2021-2022
Visiteurs	1 642	12 120	+ 638,1 %
Visiteurs uniques	1 356	10 633	+ 684,1 %
Pages vues	3 347	31 633	+ 845,1 %

Tableau 2. Evolution du trafic sur le site de Brussel-J entre 2021 et 2022 (Données internes issues de Google Analytics, 2023).



Capture d'écran de la page d'accueil du site Brussel-J.be (Cliquez sur l'image pour accéder à la plateforme Brussel-J)

2. L'évolution du contenu de la plateforme

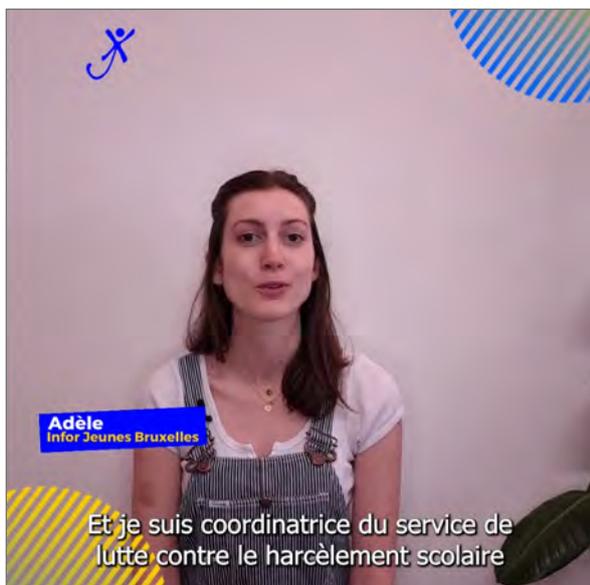
Les « Investigations », moins mais mieux :

Les « dossiers spéciaux » avaient été mis en place à partir de 2018 afin de traiter des sujets concernant les jeunes et n'étant pas spécifiquement abordés par nos partenaires dans nos fiches d'information. A mi-chemin entre travail de curation et travail journalistique, les dossiers spéciaux regroupaient à la fois des interviews originales d'acteurs de terrain et des inspirations glanées sur le net.

Fin 2021, nous avons décidé de procéder à une refonte complète de notre section actualités afin qu'il n'y ait plus de séparation entre nos articles d'actualité plus courts et les formats plus longs des anciens « dossiers spéciaux ». Ces articles plus longs ont dès lors été regroupés sous l'appellation Investigation au sein de nos actus.

En 2022, le mot d'ordre relatif à ces articles plus fouillés a été moins mais mieux. En effet, nous avons réalisé des montages vidéo des interviews réalisées afin de ne plus nous limiter à des retranscriptions écrites qui ne sont plus vraiment dans les habitudes de consommation des jeunes générations. Ce travail de captation et de montage demandant une quantité de travail nettement plus importante, nous avons réalisé moins d'interview mais il nous semble que cela n'en fait pas moins un choix pertinent. Les chiffres ne sont d'ailleurs pas mauvais pour des publications organiques puisque l'interview dédiée au harcèlement scolaire a par exemple été visionnée plus de 700 fois sur les différentes plateformes (Facebook, Youtube, Instagram).

L'ensemble des contenus d'investigation a été consulté plus de 1 200 fois en 2022. Il s'agit donc de contenus annexes auxquels nous tenons mais qui ne génèrent pas un trafic direct énorme. Ils nous fournissent par contre des contenus différents pour nos réseaux sociaux et nous permettent d'aller faire connaître Bruxelles-J auprès d'une large gamme d'opérateurs.



*Interviews réalisées pour le dossier investigation
(Cliquez dessus pour les visionner sur YouTube)*



2. L'évolution du contenu de la plateforme

Une section actus en croissance forte :

Le site de Bruxelles-J comprend également une section « Actus » dans laquelle l'équipe publie régulièrement des articles susceptibles d'intéresser la jeunesse bruxelloise : un appel à projet, un festival, une formation, un spectacle, une nouveauté intéressante sur Bruxelles et accessible au plus grand nombre. L'ambition est de couvrir une large gamme de thématiques : la seule condition est la gratuité ou le faible coût des activités proposées.

A la fin de l'année 2021 nous avons opéré une refonte complète de la section actualité afin d'y incorporer les articles plus longs issus précédemment des dossiers spéciaux. Nous avons également implémenté un système de filtres afin de pouvoir circuler plus facilement au sein des articles. L'impact sur le trafic est notable puisque la section actualité du site a recueilli plus de 27% de trafic en plus en 2022 pour culminer à près de 100 000 vues.

Il est aussi remarquable que parmi les articles ayant été le plus consultés on retrouve plusieurs articles consacrés aux loisirs et aux activités récréatives (aménagement d'un nouveau skatepark, fête nationale, ...). Cela semble démontrer qu'il y a un intérêt pour le développement d'informations dépassant le strict cadre des questions de droits sociaux au sens large.

Bruxelles-J aimerait à terme développer une thématique loisirs qui reprendrait des fiches d'informations dédiées à cette thématique. L'envie est là. Il faudra voir si le temps nécessaire à la concrétisation d'un tel projet le sera également.

	2021	2022	Évolution 2021-2022
Pages vues	77 924	99 549	+ 27,75 %
Vues Uniques	38 401	54 521	+ 41,98 %

Tableau 3. Evolution du trafic de la section actualités du site entre 2021 et 2022 (Données internes issues de Google Analytics, 2023).



Capture d'écran de la section Actus sur Bruxelles-J.be (cliquez sur l'image pour accéder à la rubrique Actus)

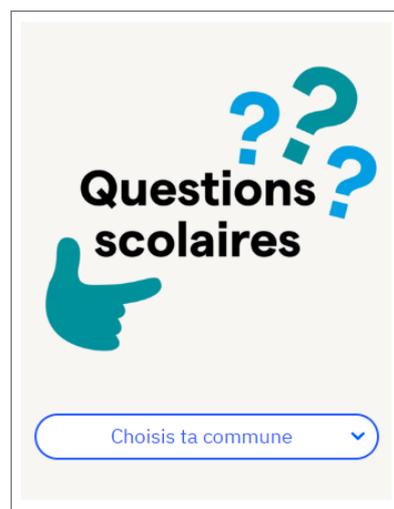
2. L'évolution du contenu de la plateforme

Accueil du nouveau partenaire Questions Scolaires :

Dans le courant de l'année 2021, un groupe de travail s'était organisé autour d'opérateurs produisant des fiches d'information relatives à la scolarité en Région de Bruxelles-Capitale avec l'ambition de voir quelles étaient les pistes de collaboration et de mutualisation possibles. Ce groupe de travail comprenait Infor-Jeunes Bruxelles, le SDJ, Bruxelles-J, le CEDIEP et Questions Scolaires, un sous-groupe issu de l'ensemble des services communaux bruxellois de prévention du décrochage scolaire.

Assez naturellement, au moment d'évoquer une mise en commun au moins partielle de ces fiches, Bruxelles-J s'est imposé comme la solution la plus simple et la plus adaptée puisque le SDJ, Infor-Jeunes Bruxelles et le CEDIEP étaient eux-mêmes déjà membre de la plateforme. Courant 2022, après avoir trouvé en lien avec perspective.brussels une manière de structurer la collaboration sur le plan institutionnel, Questions Scolaires a rejoint le partenariat de Bruxelles-J.

Cette arrivée fait donc passer le partenariat à 12 membres : neuf partenaires associatifs, deux organismes d'intérêts publics et un pouvoir public. En outre, l'arrivée de Questions Scolaires élargit également notre public au 6-30 ans puisque nous proposons également maintenant des fiches consacrées à l'enseignement primaire et adressées aux jeunes parents.



Logo Questions Scolaires

(Cliquez sur le logo pour accéder à leur profil)

2. L'évolution du contenu de la plateforme

Mise à jour constante des dossiers d'information

Le travail d'amélioration constante du contenu lors de séances du Groupe de Travail (GT), composé de nos partenaires informateurs, ont enfin pu se refaire complètement en présentiel en 2022.

Afin de rester un baromètre des enjeux de la jeunesse bruxelloise, nous adaptons constamment nos informations aux demandes que nous recevons de nos utilisateurs. Recevons-nous des questions à propos de sujets qui n'ont pas été abordés ou pas suffisamment développés dans nos fiches d'information ? Si cela est le cas, nous créons de nouveaux contenus, ou nous adaptons le contenu existant aux besoins réels des jeunes, ici et maintenant. Ce travail d'analyse et de mise à jour nous permet d'être un baromètre pour les professionnels de la jeunesse et les décideurs qui nous consultent régulièrement.

Au total, ce sont 7 nouvelles fiches d'informations qui ont vu le jour en 2022. Le tableau ci-après va en faire la synthèse.

Titre	Partenaire	Thématique
Adresses utiles pour les jeunes LGBTQIA+	Alter-Visio	Amour & Sexualité
À qui s'adresser en cas de violences ?	Alter-Visio	Amour & Sexualité
La contraception à quoi ça sert ?	Infor Jeune	Amour & Sexualité
Je suis locataire, comment rompre mon bail ? Je suis locataire, à quelles conditions le bailleur peut-il mettre fin à mon bail ?	CIDJ	Te loger
Sur base de quels critères choisir une école secondaire ?	Questions Scolaires	Etudier / Se former
Les devoirs et travaux à domicile : que dit la législation ? Qu'attend-on des parents ?	Questions Scolaires	Etudier / Se former
Elèves à besoins spécifiques : qu'en est-il des aménagements raisonnables ?	Questions Scolaires	Etudier / Se former

Tableau 4. Fiches créées ou profondément modifiées sur le site en 2022 (Données internes de Bruxelles-J, 2023)

Il faut noter que ce chiffre est un petit peu sous-évalué. En effet, 9 autres fiches de Questions Scolaires ont été ajoutées à la section Etudier/Te former au tout début de l'année 2023. Le travail de production du contenu a été mené en 2022 mais les étapes de validation et de réécriture ont légèrement décalé leur mise en ligne. Il en est de même pour une fiche consacrée aux dangers de l'extrême-droite au sein de la section Exercer ta citoyenneté qui a été mise en ligne début 2023 après un long travail de réécriture et la consultation d'experts extérieurs.

Au total, nous avons donc travaillé avec nos partenaires sur 17 nouvelles fiches au cours de l'année 2022 et l'ensemble de ces fiches sont accessibles en ligne actuellement. Cela porte le nombre total de fiches d'information en ligne sur la plateforme à 294 !

2. L'évolution du contenu de la plateforme

Analyse technique et SEO approfondie du site :

Bruxelles-J étant une plateforme d'information à destination des jeunes quasiment exclusivement numérique, elle est très exposée aux choix et aux évolutions décidées par les grands opérateurs du web, principalement les GAFAM. Dès lors, il est très important que nous restions à jour et que nous adaptions régulièrement la plateforme et son contenu aux nouvelles tendances. Le nouveau site web ayant été lancé fin 2018, il était sans doute temps de refaire un bilan approfondi de la situation de la plateforme.

En outre, il nous a semblé pertinent de sonder la plateforme pour voir s'il était possible d'y trouver des pistes d'explication aux évolutions contrastées du trafic sur le site et du nombre de questions reçues.

Sur le long terme, les résultats de l'audit de la plateforme sont très positifs. Entre 2016 et 2022, le nombre de liens renvoyant vers le site est passé de 285 à 661. Dans le même temps, Bruxelles-J est entré dans le top 10 des recherches Google pour 412 mots-clés supplémentaires (pour un total de 1 149) et dans le top 20 pour 598 mots-clés en plus (pour un total de 1 279) (Rapport d'audit SEO, 2023). Le référencement du site suit donc une courbe ascendante qui explique l'accroissement global du trafic sur la plateforme. Dans la même ligne, les modifications opérées sur le site en 2021 (événement de défilement, lien vers les actus sur le côté des fiches info, ...) ont également eu des impacts positifs, notamment la réduction du taux de rebonds et l'augmentation du nombre de pages par session.

En ce qui concerne les questions posées sur le site, l'analyse technique n'a pas permis d'identifier de facteur clair permettant d'expliquer l'évolution contrastée observée. L'analyse émet simplement l'hypothèse que les pages ont sans doute déjà été saturées : l'ensemble des questions les plus courantes ont déjà été posées et ont déjà reçu une réponse qui est encore visible sur le site.

En marge de cette tendance générale positive, l'analyse nous a permis de mettre en exergue de multiples points d'attention sur lesquels il est possible de s'améliorer afin d'améliorer l'accessibilité et le référencement de la plateforme. Ces points d'attention comprennent à la fois des éléments techniques (Java script et CSS non-utilisés, plan de site optimisable, ...) et des éléments de contenus (titres de fiches améliorables, ...). Mettre en pratique les différences recommandations de cet audit, en collaboration avec les membres de Bruxelles-J, sera l'un des chantiers majeurs de l'année à venir.

3. Communication numérique

Bruxelles-J est présent sur les réseaux sociaux et possède une page Facebook, un compte Instagram, un compte LinkedIn et une chaîne Youtube. Un compte TikTok a également été créé fin 2022 mais il n'a pas encore été exploité. Ça sera l'un des chantiers de 2023, nous y reviendrons. Jusqu'à la fin de l'année 2020, ces canaux de communication importants étaient insuffisamment exploités. Malgré cela, l'intérêt du public pour ces comptes était réel et ils continuaient à attirer chaque semaine de nouveaux abonnés.

Depuis 2021, l'association a décidé de repenser complètement l'utilisation de ces plateformes et de mettre en place un plan annuel de communication. Suite à un appel d'offre lancé fin 2020 qu'elle a remporté, c'est l'agence Voice qui nous a accompagné durant les deux premières années de ce redéploiement. Le tableau ci-après fait un bilan annuel général de l'évolution de notre présence sur les réseaux.

	2021	2022	Évolution
Abonnés FB	4 700	4 900	+4.3%
Abonnés IG	995	1 332	+33.9%
Couverture FB	285 090	207 637	-27.3%
Couverture IG	183 189	196 929	+7.5%

Tableau 5. Suivi de l'évolution de la présence de Bruxelles-J sur les réseaux sociaux (Données internes de Bruxelles-J, 2023).

Les chiffres l'illustrent en 2022 Bruxelles-J a continué à accroître sa notoriété et sa communauté tant sur Facebook que sur Instagram. Malgré cela, ce qui ressort immédiatement c'est le recul des couvertures sur Facebook. Si celui-ci est en partie dû au fait que le budget du plan de communication 2022 était un peu plus faible que celui de 2021, cela démontre également que les jeunes générations ont délaissé cette plateforme. La croissance des couvertures sur Instagram malgré un budget un peu plus faible qu'en 2021 est par contre une bonne nouvelle. Cela démontre que nos contenus y trouvent un public intéressé.

Le trafic sur les comptes de Bruxelles-J a été principalement généré par des campagnes ciblées. Le tableau 6 compile les indicateurs les plus pertinents pour chaque vidéo de ces campagnes. Il en ressort que les contenus de Bruxelles-J ont été vu plus spontanément par notre public-cible que la moyenne des contenus sur les plateformes. En effet, pour les vagues 1 & 2, le coût moyen par vue complète de Bruxelles-J est de 0,08 € sur Facebook (benchmark à 0,15 €) et Instagram (benchmark à 0,20 €). La différence de coût entre Facebook et Instagram est une norme du secteur : Instagram étant toujours un petit peu plus cher.

Lors de chaque campagne, nous avons eu une vidéo qui a particulièrement bien performé. Il s'est agi de la vidéo sur le CPAS (vague 1) et de l'animation sur le bad trip (vague 1). Ces contenus ont engendré beaucoup de commentaires et de réactions et ils ont un taux de vue particulièrement élevé sur Instagram (autour de 6% alors que le benchmark est à 3,8%).

La troisième vague poursuivait quant à elle un objectif différent de génération de trafic sur le site. Si elle présente des chiffres globaux satisfaisants, le plus marquant concerne les résultats sur Instagram. En effet, les publications sur cette plateforme ont bénéficié d'une couverture colossale. Avec un budget plus faible que pour les vagues 1 & 2, nous avons quasiment touché autant de monde. Le coup pour mille couvertures est d'ailleurs tombé à 1,78€ alors que le benchmark du marché belge est à 5,7€ ! Si les résultats en termes de trafic sont satisfaisants, cette troisième vague a finalement également été une sorte de campagne de notoriété comme les deux premières.

Vague	Postes	Indicateurs	Facebook	Instagram	Snapchat
Vague 1	CPAS cohabitant	Impressions	64 923	92 257	/
		Vues	4 405	5 708	
		Taux de vues	6,78 %	6,19 %	
		Coût/vue	0,05 €	0,06 €	
	Le genre	Impressions	Chiffres absents	80 620	/
		Vues		3 169	
		Taux de vues		3,93 %	
		Coût/vue		0,12 €	
	Bad trip	Impressions	62 249	97 900	/
		Vues	2 730	5 794	
		Taux de vues	4,39 %	5,92 %	
		Coût/vue	0,07 €	0,06 €	
Vague 2	Inscription Enseignement Supérieur	Impressions	74 034	128 024	/
		Vues	2 193	4 559	
		Taux de vues	2,96 %	3,56 %	
		Coût/vue	0,09 €	0,08 €	
	Pension alimentaire	Impressions	69 107	97 929	/
		Vues	2 379	3 560	
		Taux de vues	3,44 %	3,64 %	
		Coût/vue	0,08 €	0,10 €	
	Perte emploi	Impressions	70 795	118 183	217 626
		Vues	2 652	3 916	12 351
		Taux de vues	3,75 %	3,31 %	5,68 %
		Coût/clic	0,07 €	0,09 €	0,04 €
Vague 3 (Animations)	Absentéisme scolaire	Impressions	83 104	233 997	/
		Clics	807	535	
		Taux de clics	0,97 %	0,23 %	
		Coût/clic	0,25 €	0,69 €	
	Contraception	Impressions	91 829	193 819	/
		Clics	523	533	
		Taux de clics	0,57 %	0,27 %	
		Coût/clic	0,38 €	0,69 €	
	Le contrat de bail	Impressions	141 037	212 349	/
		Clics	991	638	
		Taux de clics	0,70 %	0,30 %	
		Coût/clic	0,20 €	0,58 €	

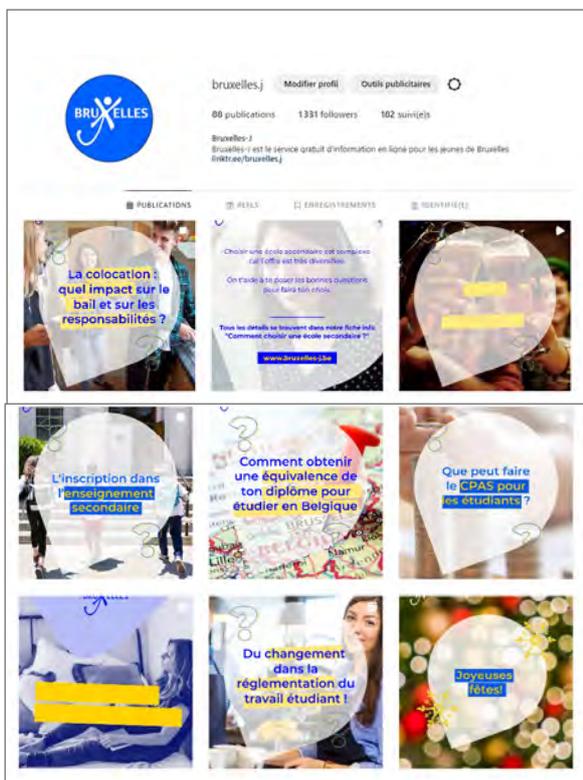
Tableau 6. Compilation des indicateurs de vues des vidéos des campagnes en 2022 (Rapport Voice 2022, 2023)

3. Communication numérique

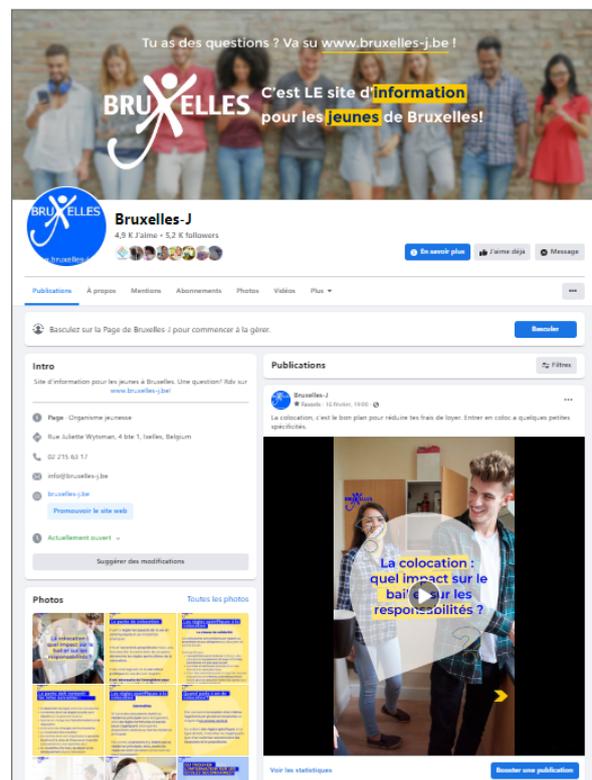
Si les résultats globaux sont tout à fait satisfaisants, nous observons également des postes qui ont moins bien performé, notamment les postes liés aux questions LGBTQIA+ et à la contraception. Il nous semble que c'est une tendance que nous observons également dans nos publications faites en organique. Ce n'est bien sûr qu'une hypothèse mais nous avons la sensation que certains contenus jugés plus « sensibles » sont un peu moins montrés aux utilisateurs de ces plateformes. Le fait qu'il s'agisse de plateformes américaines, joue peut-être un rôle là-dedans au moment où la question du droit à l'avortement ébranle à nouveau la société américaine en faisant réapparaître une fois de plus un clivage entre le Nord et le Sud et entre les côtes et l'intérieur du pays.

Enfin, et c'est sans doute l'élément le plus notable du plan de communication de cette année, nous avons réalisé un test sur Snapchat pour une capsule de la deuxième vague et les résultats sont excellents ! Avec plus de 217 000 couvertures et un coût par vue de 0,04€, Snapchat est pratiquement 2 fois plus performant que Facebook et Instagram ! Comme déjà dit plus haut, investir TikTok et Snapchat va être l'enjeu majeur du plan de communication 2023. Notre compte TikTok a été créé et l'ambition est d'y promouvoir les contenus que nous allons créer cette année, quitte à devoir délaissé un peu Facebook qui semble de toute façon en recul irrémédiable, au moins auprès des jeunes générations.

A côté de Facebook et Instagram, nous utilisons également les pages Youtube et LinkedIn de Bruxelles-J. Nous n'avons bien sûr pas l'ambition d'exploiter intensément ces canaux mais il nous semble important de les garder en ordre de marche. A termes, notre chaîne Youtube doit servir de bibliothèque d'archivage des contenus vidéos créés : on peut notamment y retrouver l'ensemble des capsules vidéo créées depuis 2021 et il est à noter que cela génère du trafic vers la plateforme assez régulièrement ! Notre page LinkedIn est quant à elle plus une vitrine pour les professionnels et les autorités. Nous avons prévu d'y partager de temps en temps les nouveautés du site de Bruxelles-J : actus nouvelle fiche, ...



Page profil Instagram - Cliquez sur l'image pour y accéder



Page profil Facebook - Cliquez sur l'image pour y accéder

4. Communication papier

Nos présentoirs avec 12 brochures thématiques

En 2017, l'équipe de Bruxelles-J avait réalisé, en collaboration avec les partenaires, 12 flyers qui figuraient dans des présentoirs Bruxelles-J disposés dans une cinquantaine d'endroits bruxellois fréquentés par des jeunes : permanences de nos partenaires, CPAS, services sociaux, ... Avec la fin de l'urgence sanitaire, l'un des chantiers de 2022 était de relancer ce réseau de présentoirs : de rééditer des flyers actualisés dans le fond comme dans la forme et de redynamiser notre réseau en conservant les partenaires existants tout en ajoutant d'autres.

	2018	2022	Évolution 2018-2022
Présentoirs distribués	47	54	+14.9%

Tableau 7. Evolution du nombre de présentoirs Bruxelles-J entre 2018 et 2022 (Données internes de Bruxelles-J, 2023)

Il apparaît que cet objectif de début d'année a été atteint. Les flyers réédités ont reçu des retours unanimement positifs et le gros du réseau existant a pu être maintenu. En outre, nous avons pu y ajouter un certain nombre de nouveau lieux. Nous pouvons notamment citer plusieurs services communaux de prévention du décrochage scolaire et les centres Bravo sur Bruxelles-Ville.

Avec ce redéploiement, Bruxelles-J est présent dans 15 des 19 communes de la Région de Bruxelles-Capitale au sein de lieu fréquentés régulièrement par des jeunes en quête d'informations et de soutien.



Présentoir 2022



Présentoir 2017

4. Communication papier

Le « school pack »

Toujours dans une optique de faire connaître l'outil Bruxelles-J au plus grand nombre, nous avons créé en 2021 un « school pack ». Celui-ci reprenait notre rapport d'activité, une tablette synthétique regroupant les informations essentielles relatives au partenariat et des affiches noir et blanc et couleurs imprimables au format A4 et A3. Les affiches comprenaient un Q/R code permettant d'arriver directement sur le site de Bruxelles-J. Ce school pack avait été envoyé à l'ensemble des écoles secondaires en Fédération Wallonie-Bruxelles, ainsi qu'à une large gamme d'opérateurs socioculturels de la région de Bruxelles-Capitale (AMO, écoles de devoirs, bibliothèques, ...).

En 2022, nous avons actualisé l'affiche et nous avons à nouveau contacté le même réseau. Les résultats de ce type de démarchage sont toujours difficiles à évaluer mais nous avons reçu un retour positif d'une vingtaine d'opérateurs sociaux, d'écoles et de bibliothèques qui nous ont dit qu'ils allaient disposer nos affiches dans les lieux fréquentés par leur public.

BRUXELLES

LA PLATEFORME D'INFORMATION GRATUITE EN LIGNE QUI RÉPOND À TES QUESTIONS !

Tu te poses des questions sur ...

- Ta vie amoureuse
- Les drogues & addictions
- Ta scolarité
- Ta santé
- Tes droits
- Les voyages
- Les jobs étudiants
- Ton autonomie
- ...

Scanne le QR code !

Pour plus d'informations
www.bruxelles-j.be

Suis-nous sur
f @Bruxelles-J @bruxelles.J

Affiche A3 du school pack 2022

4. Communication papier

La campagne d’affichage JCDecaux

L’un des enjeux pour le développement de Bruxelles-J demeure sa notoriété. En effet, si le trafic sur le site a suivi une croissance constante et forte sur les 7 dernières années, notre public tombe encore beaucoup sur notre plateforme car nous sommes bien référencés mais pas parce qu’il nous connaissait au départ. Augmenter la notoriété de Bruxelles-J, en faire un acteur bien identifié par la population bruxelloise, nous apparaît donc comme un élément important.

Dans cette optique, nous réalisons une campagne d’affichage sur le réseau STIB entre la fin septembre et la mi-octobre. Le choix s’est porté sur de grands affichages à l’intérieur de 17 stations de métro ou de pré-métro. Le choix des stations c’est fait en fonction des nœuds du réseau et des stations situées à proximité d’un grand nombre d’écoles secondaires ou de l’enseignement supérieur.

En termes de trafic, cette campagne n’a pas eu d’effet notable mais plusieurs éléments permettent de l’expliquer. Premièrement, il y a eu de nombreuses erreurs au niveau de JCDecaux. A deux reprises, l’entièreté des affiches n’a pas été installée. Nous avons obtenu réparation et nos affiches ont été laissées plus longtemps que prévu mais la mise en place n’a pas été optimale. En outre, la campagne a eu lieu pendant l’attaque virale subie par les serveurs de la plateforme ce qui a sans doute perturbé la captation du trafic supplémentaire potentiellement créé.

Si nous devons refaire une campagne d’affichage dans le futur, nous opterions plutôt pour un affichage à l’intérieur des véhicules afin de tester autre chose et de voir si ce type de communication correspond plus aux attentes de notre public-cible.



Affiche JCDecaux de Bruxelles-J

Stations	Nombre d’affiche
Arts-Loi	2
Rogier	2
De Brouckere	2
Mérode	2
Simonis	2
Montgomery	2
Anneessens	2
Louise	1
Porte de Halle	1
Porte de Namur	1
Roodebeek	1
Beekant	1
Bourse	1
Gare Centrale	1
Trône	1
Botanique	1
TOTAL	24

Tableau 8. Listing des stations concernées par la campagne d’affichage JCDecaux (Données internes de Bruxelles-J, 2023)

5. Activités extérieures

Avec le retour à la normale sur le plan sanitaire, les activités extérieures de Bruxelles-J ont pu retrouver un rythme plus normal.

Concertation Ixelloise de la Jeunesse

Nous avons continué notre travail de collaboration avec les autorités locales et le monde associatif. Ayant ses bureaux sur la commune d'Ixelles, Bruxelles-J fait partie intégrante de la Concertation Ixelloise de la Jeunesse (CIJ) qui regroupe de nombreux acteurs de terrain et du monde associatif communal. Nous avons notamment tenu un stand au salon de l'emploi XL Click 4 Jobs organisé par la commune. Nous sommes également membre de la Plateforme Ixelloise du Décrochage Scolaire (PIDS) qui organise elle-aussi plusieurs réunions par an.

Atelier 'Ton vote, ton choix' au Parlement Bruxellois

En 2022, l'atelier 'Ton vote, ton choix' qui se tient au Parlement Bruxellois a à nouveau pu avoir lieu après l'interruption liée au COVID. Ces ateliers ont pour but de sensibiliser les jeunes en dernière année du secondaire aux élections et à améliorer leur compréhension du système démocratique belge. Bruxelles-J anime habituellement ces ateliers avec notre partenaire Infor-Jeunes Bruxelles. Concrètement, Bruxelles-J s'occupe de classes issues de l'enseignement néerlandophone qui sont moins facilement accompagnées par Infor-jeunes.

Ces ateliers prennent la forme d'une simulation de création de parti politique : la structuration d'un programme politique, le choix d'un logo et d'un slogan, le vote et le résultat des élections. L'édition 2022 qui devait se tenir en février a finalement eu lieu les 10, 11 et 12 octobre 2022.



Publication Instagram Infor Jeunes bruxelles

Dans les médias

En 2021, en parallèle à la réalisation du « school pack », nous avons également réalisé un « presse pack » que nous avons envoyé à un panel de journalistes susceptibles d'être intéressés par un projet d'information comme Bruxelles-J. L'objectif poursuivi était toujours le même : faire connaître l'outil Bruxelles-J au plus grand nombre, aller à la rencontre de la population au sens large.

Cette démarche nous avait permis de participer à l'émission Toujours + d'actu sur BX1 en septembre 2021, et à l'émission Tendances Première sur La première en janvier 2022 (l'émission initialement prévue en décembre avait été postposée). Les contacts établis à ce moment ont été maintenu et nous avons eu l'occasion de participer à nouveau à l'émission Tendances Première en juin 2022 pour parler des jobs étudiants et du statut d'étudiant-entrepreneur.



Intervention sur Tendances Première de la RTBF
(Cliquez sur l'image pour écouter l'émission sur Auvio)

6. Projets pour 2023

Évolution du plan annuel de communication :

L'implémentation en 2021 d'un vrai plan annuel de communication digitale a selon nous été une étape importante car il n'était pas possible d'être aussi peu présent sur des plateformes utilisées aussi intensément par les jeunes d'aujourd'hui.

En effet, bien que les chiffres de fréquentation du site soient en forte hausse depuis plusieurs années, un site internet même de grande qualité ne représente aujourd'hui qu'une partie de l'identité numérique d'une structure. Il faut aujourd'hui penser en termes d'intégration multiplateforme (site web, Facebook, Instagram, TikTok, ...) avec, sur chaque plateforme, du contenu adapté au médium, répondant au besoin de son public et ouvrant vers un passage sur notre site web.

Ces deux premières années de travail avec l'agence Voice ont permis de poser les fondations de notre présence sur les réseaux et de nous donner les compétences de base nécessaires à l'utilisation de ces outils. Aujourd'hui, nous savons ce que nous disons sur les réseaux sociaux, nous savons comment nous le disons et nous avons une identité visuelle pertinente. Il est évident qu'il faut continuer à développer notre discours sur ces plateformes. L'objectif est d'être à terme un compte d'information bien identifié par les jeunes de Bruxelles et d'ailleurs ne peut être atteint que sur le moyen et le long terme.

Toutefois, il nous semble tout à fait faisable au stade actuel de faire revenir cette gestion en interne afin de libérer des crédits pour d'autres chantiers. Nous n'avons ainsi pas renouvelé le contrat avec l'agence Voice pour 2023. L'idée est de retravailler avec eux à l'avenir mais de manière plus ciblée sur une campagne spécifique par exemple. En parallèle, suite à un appel d'offre, nous avons engagé des vidéastes pour réaliser des capsules vidéos dans la lignée de ce qui avait été fait en 2021 et en 2022. Ces capsules seront ensuite postées et sponsorisées sur les différentes plateformes par nos soins grâce aux différents workshops organisés avec Voice dans le cadre d'un transfert de compétences.

En outre, les résultats du test opéré en 2022 sur Snapchat ont été implacables, nos contenus touchent beaucoup plus leur public-cible sur ces nouveaux réseaux sociaux que sont Snapchat et TikTok, que sur Facebook ou même Instagram. L'ambition pour 2023 va donc être de prendre pied sur ces plateformes en y sponsorisant des contenus adaptés, quitte à devoir pour cela délaisser Facebook qui est une plateforme pas ou peu utilisée par les jeunes générations. Le compte TikTok de Bruxelles-J a déjà été créé et nous allons commencer à l'exploiter prochainement. Sur Snapchat, il est possible de sponsoriser des contenus sans avoir de compte et c'est l'option qui a été choisie.

Mise en place des recommandations de l'audit technique et SEO

En 2022, nous avons mandaté un prestataire externe pour réaliser un audit du site, tant sur le plan technique que sur le plan du contenu. Ce travail d'analyse très approfondi a donné des résultats extrêmement intéressants. Si la tendance globale est bien sûr positive, de nombreux points d'attention ont ainsi été mis en lumière. Tenter d'appliquer l'ensemble des recommandations faites tant sur le plan technique que sur le plan du contenu, va représenter un travail important qui va nous accompagner sur l'ensemble de l'année 2023. Optimisation du code, nettoyage du contenu du site (liens cassés, photos trop lourdes, ...), implémentation d'outils en lien avec l'évolution des algorithmes de Google, adaptations de certains contenus au comportement de recherche des internautes, les chantiers ne manquent pas et nous sommes déjà à pied d'œuvre au moment d'écrire ces lignes.

6. Projets pour 2023

Prolongement de notre action sur les actualités en français et en néerlandais :

Fin 2021, nous avons refondé notre section actus en fusionnant contenus courts et interviews plus long format. Les résultats se sont fait ressentir puisque notre section Actus a vu son trafic s'accroître de plus de 27% cette année. L'ambition pour 2023 est de continuer le travail mené en 2022 et de proposer régulièrement des contenus pertinents à notre public. Nos formats Investigation plus longs continueront également à être produit avec la même philosophie qu'en 2022 : moins mais mieux.

Côté néerlandophone, nous avons pris le pli au début de l'année 2022 de rédiger régulièrement des actus pertinentes pour les jeunes néerlandophones de Bruxelles. Cette démarche a fait exploser le trafic sur le versant néerlandophone de la plateforme et nous souhaitons continuer en ce sens en 2023.

Création de nouvelles fiches d'information

Constamment faire évoluer le contenu du site de Bruxelles-J est une volonté de l'équipe et de l'ensemble de nos partenaires. Afin de couvrir des champs délaissés ou de coller à des évolutions sociétales, il est important d'enrichir régulièrement le contenu de la plateforme. Dès lors, plusieurs nouvelles fiches couvrant des champs assez divers (climat, santé, citoyenneté, vie pratique) sont en cours de discussion avec nos partenaires pour 2023.

7. Le Partenariat

Les 12 partenaires francophones de Bruxelles-J sont :

- Alter Visio
- Artist Project - Iles asbl
- CEDIEP
- CIDJ
- Cité des Métiers
- Dynamo International Mobilité
- Infor Jeunes Bruxelles
- Le Pélican
- Plateforme Service Citoyen
- **Questions Scolaires (Nouveau !)**
- Service Droit des Jeunes
- Service 1819

8. Jeugd Informatie in het Nederlands

Organisations néerlandophones actives dans le domaine de l'information des jeunes en Région de Bruxelles-Capitale :

- Beroepenpunt
- BRIK
- Cultuurloket
- JAC
- MuntPunt
- Samenlevingsdienst
- Dienst 1819

9. Les 25 fiches d'information les plus consultées

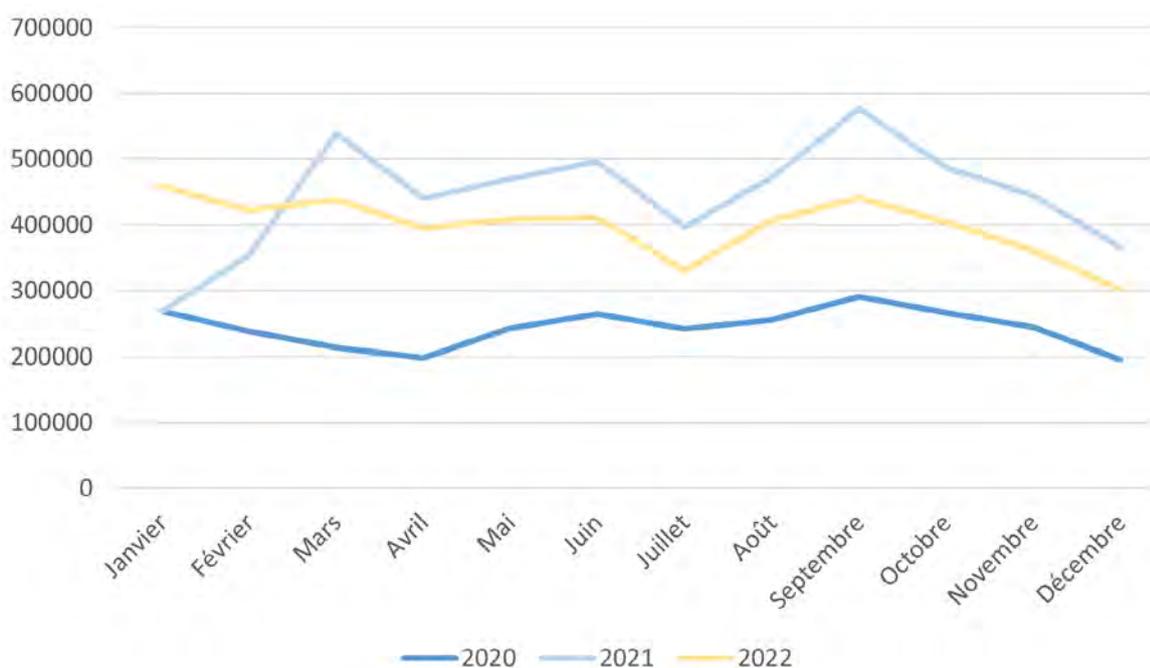
Les **fiches en gras** sont entrées dans le classement cette année.

1. Quelles sont les catégories et les montants du revenu d'intégration (RIS) ? Que se passe-t-il si on a des revenus par ailleurs ?
2. Les Hautes Ecoles en Belgique francophone
3. Quels sont les montants des allocations de chômage ?
4. Le service d'information en ligne pour les jeunes de Bruxelles (page d'accueil)
5. Comment obtenir une équivalence de ton diplôme étranger pour étudier en Belgique ?
6. Accès au séjour pour venir étudier en Belgique : étudiant hors UE
7. Comment rompre les contrats de bail ?
- 8. Élections législatives, régionales, européennes, ... Quelles sont les différences ?**
9. Les infections sexuellement transmissibles (IST) ou MST c'est quoi ? Les modes de contamination et leur dépistage.
10. Entrer dans la police
11. Quelles sont les conditions pour bénéficier des allocations de chômage ?
12. Comment quitter ton emploi ?
13. Comment savoir si tu es enceinte ?
14. Le CPAS et les contrats de travail article 60 ou 61.
- 15. Le régime des petites indemnités au RPI**
- 16. Que peut faire le CPAS pour les étudiants ?**
- 17. As-tu droit à des vacances «européennes» supplémentaires ?**
18. Cannabis : permis ou interdit en Belgique ?
19. La contraception d'urgence : la pilule du lendemain ou du surlendemain et le stérilet du lendemain.
20. S'engager dans l'Armée
21. Les Écoles supérieures des arts en Belgique francophone
22. L'inscription dans l'enseignement supérieur
- 23. Le loyer : comment est-il déterminé, révisé et indexé ?**
- 24. Tu veux quitter tes parents ? Quelles aides financières existent ?**
- 25. Qu'est-ce que le CESS et comment l'obtenir ?**

Sources : Données propres à Bruxelles-J issues de Google Analytics

10. Les visites sur le site en 2020, 2021 et 2022

En 2022, **4 775 033 pages** ont été consultées sur le site de Bruxelles-J. Cela représente une baisse de 10 % par rapport à 2021. Toutefois, entre 2020 et 2021, le nombre de pages vues avait bondi de 81,9 % ! Dès lors, il n'est pas forcément surprenant d'avoir eu un léger rééquilibrage. Le nombre de pages vues sur Bruxelles-J en 2022 représente le deuxième meilleur total de l'histoire de la plateforme et est en hausse de plus de 63 % par rapport à 2020!



Graphique 1. Comparaison du nombre de pages vues par mois en 2020, 2021 et 2022 (Données issues de Google Analytics, 2023).

La structuration du trafic dans le temps demeure cohérente avec ce qui a été observé par le passé. La fin d'année est toujours une période plus calme, surtout pendant la période des fêtes de Noël et Nouvel An.

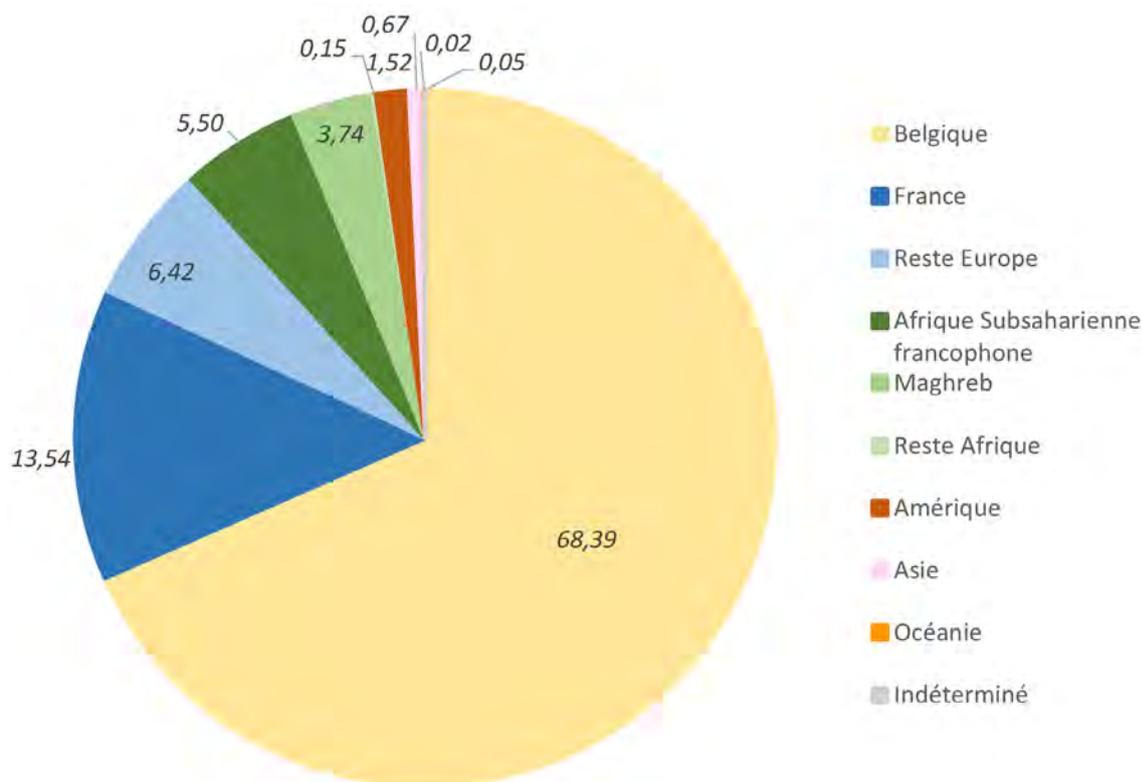
En 2022, on identifie toujours trois pics de fréquentation mais ils sont moins clairement définis que lors des années précédentes. La fin de l'année scolaire en mai-juin et la rentrée de septembre ressortent comme d'habitude. On remarque cependant que l'attaque dont nous avons été victime a eu un impact fort sur le trafic du mois de septembre et que le pic de fréquentation est moins visible qu'en 2020 et 2021. On observe en 2022 comme en 2021 et en 2019 un pic centré sur le mois de mars qui correspond à la sortie de l'hiver. L'absence de ce pic en 2020 s'explique par le premier confinement qui avait paralysé la société.

Le trafic particulièrement haut en début d'année 2022 s'explique peut-être par ce qui est à ce jour la dernière période de confinement liée au COVID-19. Nous ne voyons pas d'autres explications au fait que le trafic de début d'année ait été plus fort en 2022 que les années précédentes. La session d'examens de janvier et les bonnes résolutions de début d'année génèrent toujours du trafic à cette période mais a priori pas plus cette année que les autres.

11. L'origine géographique de nos utilisateurs

Le trafic sur le site de Bruxelles-J a une composante internationale importante qui ne se renie pas d'année en année puisqu'un peu moins d'un tiers du trafic annuel (31,61 %) provient de l'étranger. Sans surprise, la francophonie (France, Maghreb, Afrique de l'Ouest, ...) constitue le gros des utilisateurs étrangers.

Au fil des années, le rayonnement international de Bruxelles-J a eu tendance à s'accroître. Bruxelles-J compte aujourd'hui des utilisateurs francophones sur l'ensemble des continents. Si ce trafic international concerne majoritairement les questions relatives aux visas d'étude et aux possibilités qui existent de venir étudier ou travailler en Belgique, il ne se limite pas à ça. Il n'est pas rare que nous soyons interrogés par des utilisateurs étrangers sur des thématiques générales comme la grossesse, les maladies sexuellement transmissibles, le logement, etc. La qualité de l'information présente dans nos fiches d'information et la rapidité avec laquelle nos partenaires traitent les questions qui nous arrivent, semblent faire de Bruxelles-J une ressource intéressante, même à l'étranger.



Graphique 2. Part des différentes zones géographiques dans le trafic sur le site en 2022 (Données internes issues de Google Analytics, 2023).

11. L'origine géographique de nos utilisateurs

En 2022, on constate toutefois un léger accroissement du trafic en provenance de Belgique (+ 0,7%) qui fait suite à son augmentation forte l'année passée (+ 5,35 % en 2021). Les autres tendances sont un renforcement de la part relative de l'Europe par rapport aux autres zones géographiques. La situation est malgré tout globalement stable en termes d'utilisation de la plateforme à l'international.

Zones géographiques	Part dans le trafic 2021 (%)	Part dans le trafic 2022 (%)	Evolution 2021-2022 (%)
Belgique	67,7 %	68,4 %	+ 0,7 %
Europe	17,3 %	20 %	+ 2,7 %
- Dont France	14 %	13,5 %	
Afrique	11,1 %	9,4 %	-1,5 %
- Dont Afrique subsaharienne francophone	6,8 %	5,5 %	-1,3 %
- Dont Maghreb	3,9 %	3,7 %	-0,2 %
Amérique	1,8 %	1,5 %	-0.3%
Asie	0.5%	0.6%	+0.1%
Océanie	0.02%	0.02%	=
Indéterminé	1.5%	0.05%	-1.45%

Tableau 9. Evolution de la part relative des différentes zones géographiques en 2021 et 2022 (Données internes issues de Google Analytics, 2023).

A l'intérieure des frontières nationales également, le site de Bruxelles-J rayonne très largement au-delà des limites de la Région de Bruxelles-Capitale grâce à la qualité de ses contenus et au délai de réponse court des partenaires.

En 2022, les utilisateurs Bruxellois ont représenté 40 % du trafic national sur la plateforme. Il s'agit là d'un recul d'un peu plus de 9 % par rapport à 2021, mais de seulement 6 % par rapport à 2020. Il est possible que le budget un peu plus réduit de notre plan annuel de communication ait eu un effet à ce niveau car celui-ci cible quasiment exclusivement la Région de Bruxelles-Capitale. Nous n'avons pas d'autre explication au recul observé à Bruxelles. En 2022, les utilisateurs bruxellois ont représenté un peu plus de 27 % du total des utilisateurs de la plateforme.

Région	2021		2022		Évolution
	Effectif	%	Effectif	%	
Région Bruxelloise	982 030	49,92 %	761 777	40,3 %	-9,62 %
Wallonie	678 869	34,51 %	612 368	32,4 %	-2,11 %
Flandre	204 624	10,40 %	404 443	21,4 %	+ 11%
Indéterminé	101 675	5,17 %	112 121	5,9 %	+0,73 %
TOTAL	1 967 198	100 %	1 890 709	100 %	/

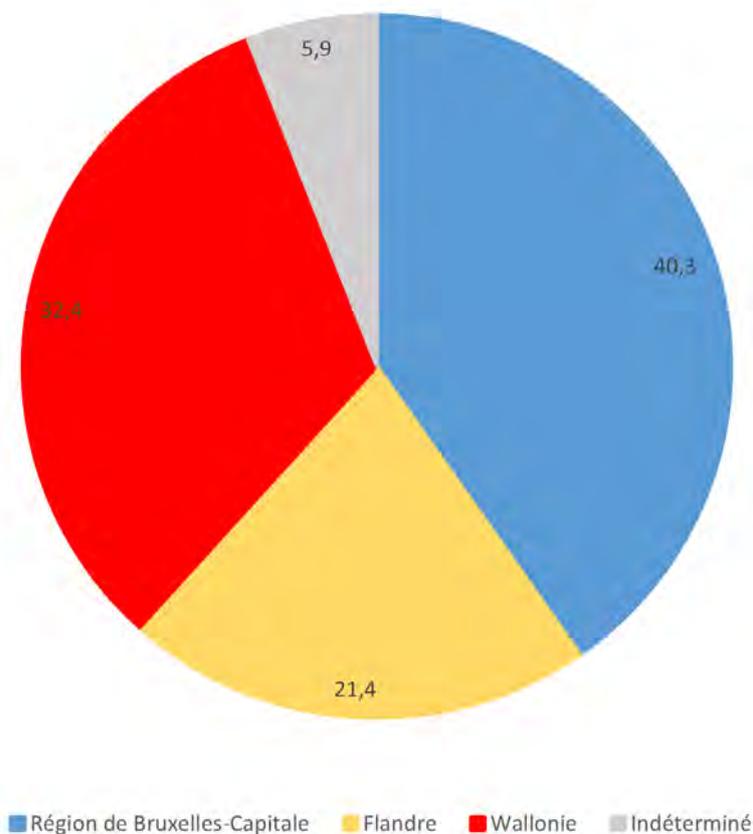
Tableau 10. Evolution de la part des différentes régions dans le trafic national sur le site de Bruxelles-J entre 2021 et 2022 (Données internes issues de Google Analytics, 2023).

11. L'origine géographique de nos utilisateurs

Les autres entités fédérées suivent quant à elle des évolutions contrastées. La part la Wallonie est demeurée globalement stable tant dans le trafic belge dont elle représente environ un tiers que dans le trafic total du site où elle contribue pour un peu moins d'un quart de l'ensemble des utilisateurs. L'évolution de la Flandre est par contre très étonnante. Alors que le nombre d'utilisateurs issus de Flandres avait déjà proportionnellement augmenté plus que celui des autres régions en 2021, on assiste cette année à une explosion ! En effet, le nombre d'utilisateurs flamands a quasiment doublé en 2022 (+97,6 %) et leur part dans le trafic national de la plateforme a plus de doublé passant de 10,4 % à 21,4 %. De facto ce sont grosso modo 200 000 utilisateurs belges qui sont passés de la Région Bruxelloise à la Flandre entre 2021 et 2022.

Nous n'avons pas trouvé d'explication à l'ampleur de ce phénomène. Si l'explosion du trafic sur le versant néerlandophone de la plateforme a pu générer un léger accroissement du trafic sur le site francophone, nous ne parlons pas ici des mêmes ordres de grandeurs.

Avec un peu moins de deux millions d'utilisations, les Belges représentent deux tiers du trafic sur le site de Bruxelles-J. Toutefois, la répartition interne de ce trafic a évolué avec la Flandre qui a pris en importance et la Région bruxelloise qui a un peu reculé. Le dernier tiers de l'audience du site de Bruxelles-J est constitué par les utilisateurs étrangers. Cela confirme que le site de Bruxelles-J, comme la Région de Bruxelles-Capitale dans son ensemble, rayonne sur hinterland étendu à l'échelle nationale, mais également international au travers de la francophonie.

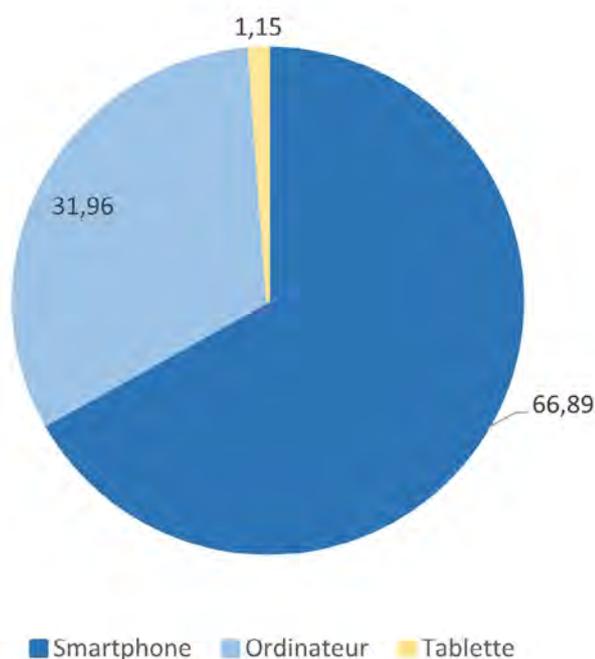


Graphique 3. Part des différentes régions dans le trafic national sur le site de Bruxelles-J en 2022 (Données internes issues de Google Analytics, 2023).

12. Les outils de navigation

La proportion des différents outils de navigation est relativement stable depuis plusieurs années. On constate une lente érosion de la part des tablettes (-0,29 %). La part des ordinateurs (+ 0,17 %) et des smartphones (+ 0,12 %) demeure stable. Il semble qu'on soit arrivé à un plateau du recul de la part des ordinateurs et que ceux-ci, bien que minoritaires, doivent continuer à représenter une part non-négligeable du trafic sur la plateforme.

Il ressort encore de ces chiffres qu'il est essentiel d'envisager la compatibilité mobile de la plateforme car c'est sous cette forme là que les jeunes générations utilisent Bruxelles-J.



Graphique 4. Part des différents outils de navigation dans le trafic du site en 2022
(Données internes issues de Google Analytics, 2022).

13. Données démographiques partielles

Fin 2020, avec le changement d'équipe à Bruxelles-J, nous avons commencé à mieux exploiter les données statistiques fournies par les cookies de notre site web. Dès lors, pour la première fois cette année, il est possible de comparer ces données sur deux années complètes.

Il est toutefois important d'avoir conscience que ces données sont, pour différentes raisons, très parcellaires. La première raison c'est qu'il est interdit de collecter des données de ce type relatives à des mineurs. Ainsi, tous nos utilisateurs de moins de 18 ans sont de facto exclus de ces chiffres. Ensuite, pour différentes raisons techniques, il semble que Google Analytics ne puisse pas toujours récolter des informations (refus des cookies, informations manquantes, etc.). Les données présentées ci-après ont été compilées sur un peu plus d'un quart des utilisateurs de Bruxelles-J (28,6 %). Par conséquent, elles ont une dimension indicative mais elles ne sont pas statistiquement représentatives.

Classes d'âges

Les données sur les catégories d'âges sont basées sur 28,63 % des utilisateurs du site de Bruxelles-J.

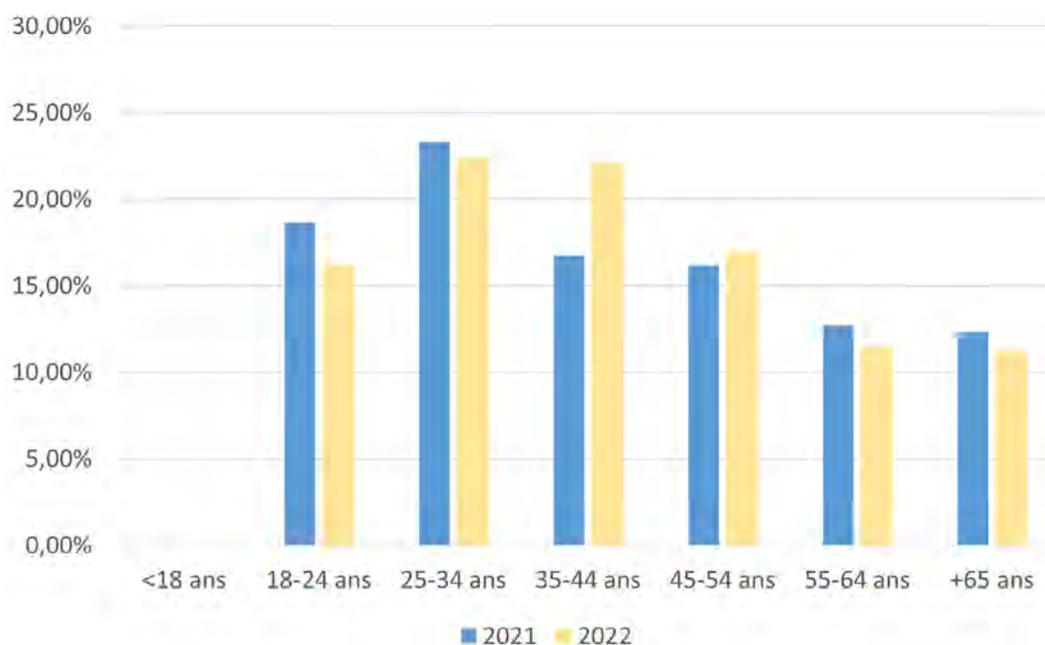
Classes d'âge	2021	2022
<18 ans	<i>Récolte de données interdites sur les mineurs</i>	
18-24 ans	18,68 %	16.12%
25-34 ans	23,31 %	22.31%
35-44 ans	16,74 %	22.06 %
45-54 ans	16,18 %	16.89 %
55-64 ans	12,73 %	11,41 %
+65 ans	12,36 %	11,23 %

Tableau 11. Part des différentes classes d'âges dans le trafic sur le site de Bruxelles-J (Données partielles)
(Données internes issues de Google Analytics, 2023)

En l'absence de données sur les mineurs, il ressort tout de même de ces données que Bruxelles-J atteint son public-cible puisque les catégories des 18-24 ans, 25-34 ans et 35-44 ans sont les catégories les plus fortement représentées. A ce niveau, la légère hausse de la part des 35-44 ans, pourrait notamment être une conséquence des nombreuses questions relatives au logement, au prix du gaz et à l'indexation des loyers que nous avons reçu cette année. A l'inverse, la légère baisse observée sur les 18-24 ans s'explique aussi sans doute en partie par un plan de communication digitale un petit peu moins important en 2022.

Ces chiffres montrent également quelques choses que nous observons au quotidien tout au long de l'année : si Bruxelles-J touche bien son public-cible, notre action déborde largement au-delà des 12-30 ans. Si une part non-négligeable de notre public au-delà de 34 ans, est constitué de parents ou de proches de jeunes et de professionnels (assistant sociaux, écoles, maisons de jeune, ...), le manque de site d'information généraliste à destination des adultes et le bon référencement du site de Bruxelles-J font de nous une source d'information pour la population au sens large, et pas uniquement pour les jeunes.

13. Données démographiques partielles



Graphique 5. Part des différentes classes d'âges dans le trafic sur le site de Bruxelles-J (Données partielles)
(Données internes issues de Google Analytics, 2022).

Répartitions par sexes :

Les données sur le sexe des utilisateurs sont basées sur 28,57 % des utilisateurs du site de Bruxelles-J.

	2021	2022
Femmes	58,1 %	52,8 %
Hommes	41,9 %	47,2 %

Tableau 12. Répartition par sexes du trafic sur le site de Bruxelles-J (Données partielles)
(Données internes issues de Google Analytics, 2022).

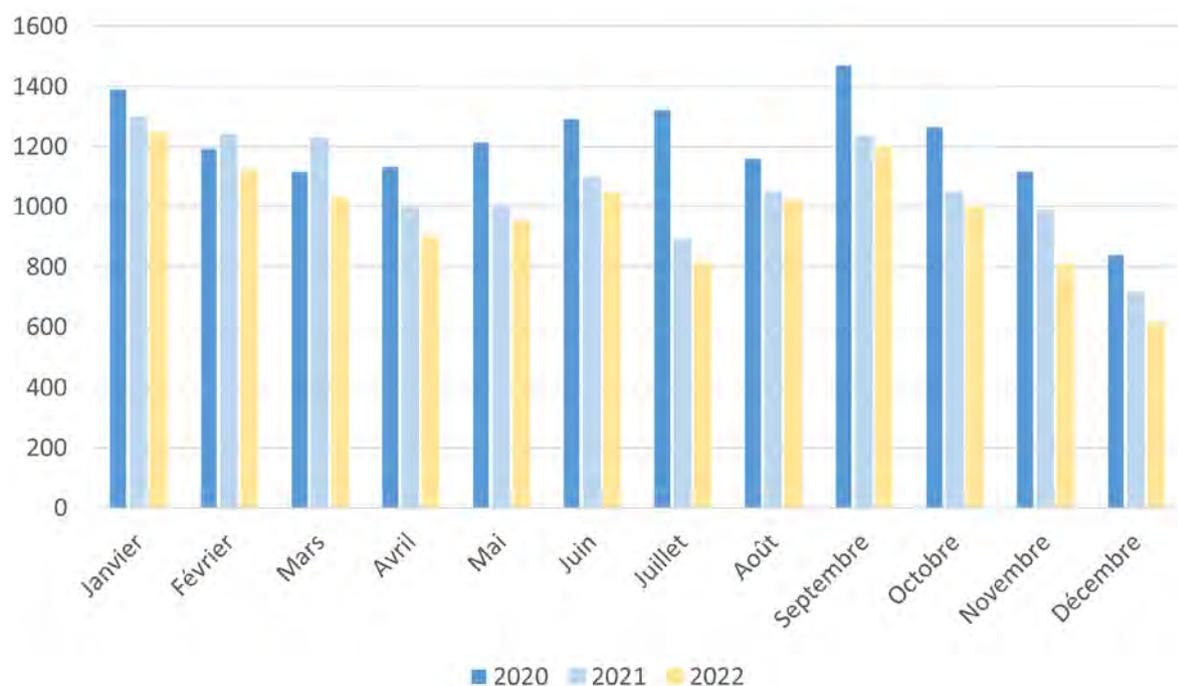
On observe en 2022 comme en 2021 une surreprésentation des femmes au sein de nos utilisateurs. Toutefois, la balance semble s'être assez fortement équilibrée à ce niveau en 2022 et si les femmes sont toujours surreprésentées elles le sont moins fortement. Ces chiffres, bien que partiels, confirment une tendance déjà observée sur les questions qui nous sont posées. Les femmes tendent à plus utiliser l'outil d'information qu'est Bruxelles-J que les hommes.

Il existe plusieurs pistes d'explication à cette réalité. Premièrement, certaines fiches thématiques concernent plus directement les femmes que les hommes, notamment celles consacrées aux tests de grossesse, à la contraception classique ou d'urgence, etc. Deuxièmement, Bruxelles-J est une ressource utilisée par des parents, le plus souvent la mère, et des professionnels du secteur non-marchand où les femmes sont surreprésentées. Il faudrait vérifier si d'autres éléments peuvent jouer dans cette surreprésentation féminine, par exemple une tendance plus naturelle des femmes à rechercher des informations de ce type en ligne.

14. Les demandes d'information en 2022

Cette année Bruxelles-J et ses partenaires ont traité 11 742 questions. En 2021, nous avons traité 12 771 questions. Cela représente donc une diminution de 8,05 % et cela semble confirmer le ralentissement de la baisse observée ces dernières années. En effet, après une baisse de 19,3 % en 2020 (4000 questions en moins) et de 12,5 % en 2021 (2000 questions en moins), la baisse observée cette année (1000 questions) semble confirmer que nous devrions arriver à un plateau. L'objectif de faire revenir le nombre de question dans des limites raisonnables a été atteint et l'ambition pour les années à venir est plutôt de viser une forme de stabilité : fluctuer entre 10 000 et 15 000 questions nous semble un bon cap à tenir.

On remarque l'impact de la pandémie sur les questions. Les mois où un vrai différentiel se crée avec 2021 sont les mois de 2021 où un confinement avait été décidé. Nous voyons le fait d'avoir réussi à se maintenir proche du niveau de 2021 alors que l'ensemble des services ont réouvert en présentiel comme un signal plutôt positif de la pertinence de notre action.

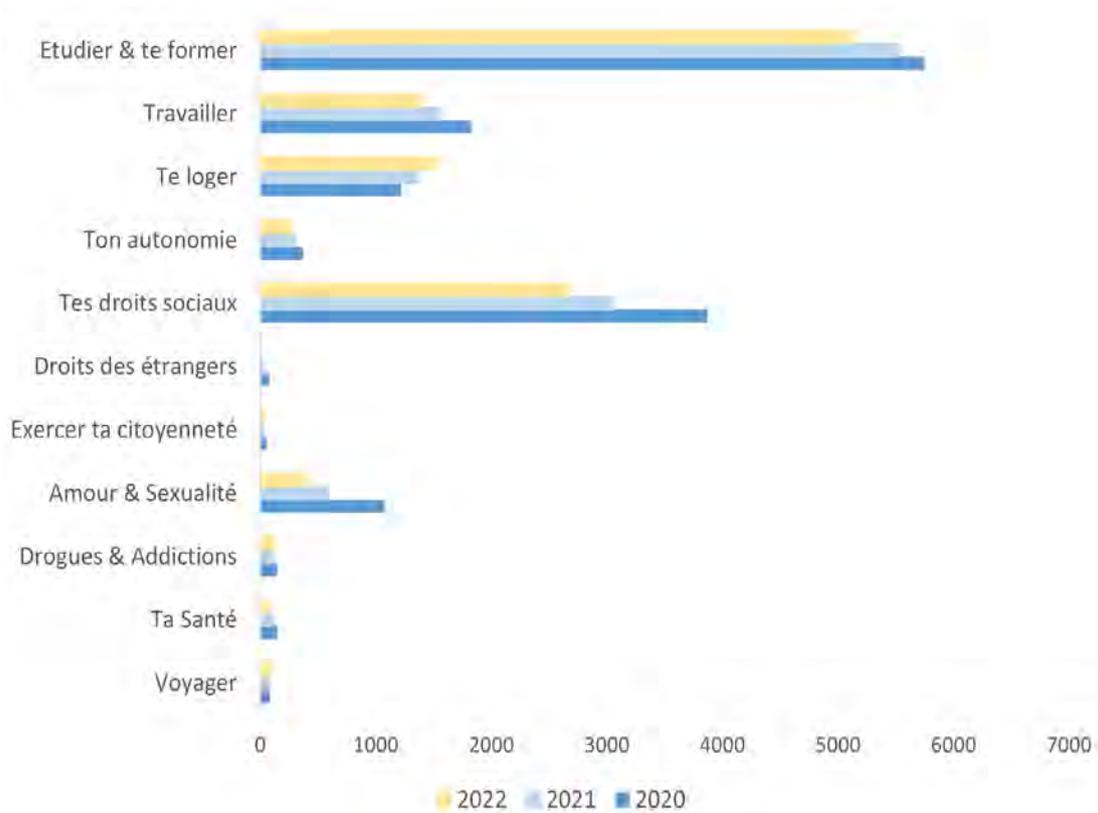


Graphique 6. Comparaison de l'évolution mensuelle du nombre de demandes d'information entre 2020, 2021 et 2021 (Données internes à Bruxelles-J, 2023).

Le fait que cette baisse du nombre de question ait continué malgré la hausse constante du trafic sur le site interroge malgré tout. A l'heure des chats et de l'intelligence artificielle, il va falloir être attentif aux évolutions à ce niveau. Même si répondre à ce défi technique dans le cadre d'un projet collaboratif comme Bruxelles-J n'est pas quelque chose d'aisé. Nous restons néanmoins ouverts et à l'écoute des possibilités qui pourraient se développer pour nous à ce niveau.

14. Les demandes d'information en 2022

Comme lors des années précédentes, les questions posées sur notre site concernent majoritairement la thématique « **Etudier & te former** » qui comptabilise à elle seule 5143 questions, suivie de « **Droits sociaux** » avec 2675 questions posées. Outre la diminution du nombre de question qui a déjà été discutée, on remarque que notre thématique « **Te loger** » suit une courbe inverse et que le nombre de questions augmente régulièrement chaque année. Bien qu'il s'agisse d'une thématique plus petite, « **Voyager** » a aussi reçu plus de question que les deux années précédentes, sans doute en partie à cause de la réouverture progressive des frontières un peu partout dans le monde.



Graphique 7. Comparaison entre 2020, 2021 et 2022 du nombre de demandes d'information par thématiques (Données internes à Bruxelles-J, 2023).

CONCLUSION

2022 a été l'année de la normalisation de la situation sur le plan sanitaire et l'ensemble des opérateurs ont enfin pu reprendre l'ensemble de leurs activités en présentiel. En outre, la cyber-attaque subie par les serveurs de Bruxelles-J entre août et octobre a clairement impacté le trafic sur le site sur la fin d'année 2022. Malgré tout cela, le trafic sur la plateforme s'est maintenu à un niveau proche du record historique de 2021. Cela confirme que Bruxelles-J est petit à petit identifié comme la plateforme d'information en ligne de référence pour les jeunes de la Région de Bruxelles-Capitale, mais également des autres entités fédérées. Bruxelles-J est actuellement la plateforme en ligne d'information jeunesse la plus importante du pays, a minima pour la partie francophone.

2022 a pour le reste été une année placée sous le signe de la continuité des actions entamée en 2021. Nouveau format de la section actu, communication sur les réseaux sociaux, redéploiement de notre réseau de présentoirs à flyers, dynamisation du versant néerlandophone du site, toutes ces actions se sont développées tout au long de l'année. L'autre événement marquant de 2022 est évidemment l'entrée dans le partenariat d'un nouveau partenaire avec Questions Scolaires ! Cela a fait passer le nombre de partenaires de Bruxelles-J à douze et a élargi la base de notre public aux 6-30 ans !

Dans un contexte général mouvant avec l'émergence progressive de l'intelligence artificielle, l'analyse technique et SEO du site lancée en 2022 a fourni ses premiers résultats au tout début de 2023 et nous a donné des pistes de travail afin d'améliorer encore le cadre technique et le contenu de la plateforme. Mettre en pratique ces recommandations, continuer à améliorer notre présence sur les réseaux sociaux en commençant à aller sur TikTok, appréhender les grands changements qui arrivent sur certaines thématiques avec notamment l'entrée en vigueur du décret paysage, les chantiers pour 2023 ne manquent pas et Bruxelles-J et ses partenaires sont motivés à l'idée de s'y plonger !

Index des figures

Tableau 1. Évolution du trafic sur le site de Bruxelles-J entre 2015 et 2022	P4
Tableau 2. Évolution du trafic sur le site de Brussel-J entre 2021 et 2022.....	P8
Tableau 3. Évolution du trafic de la section actualités du site entre 2021 et 2022.....	P10
Tableau 4. Fiches créées ou profondément modifiées sur le site en 2022.....	P12
Tableau 5. Suivi de l'évolution de la présence de Bruxelles-J sur les réseaux sociaux	P14
Tableau 6. Compilation des indicateurs de vues des vidéos des campagnes en 2022.....	P15
Tableau 7. Évolution du nombre de présentoirs Bruxelles-J entre 2018 et 2022.....	P17
Tableau 8. Listing des stations concernées par la campagne d'affichage JCDecaux.....	P19
Graphique 1. Comparaison du nombre de pages vues par mois en 2020, 2021 et 2022.....	P25
Graphique 2. Part des différentes zones géographiques dans le trafic sur le site en 2021.....	P26
Tableau 9. Evolution de la part relative des différentes zones géographiques en 2021 et 2022.....	P27
Tableau 10. Evolution de la part des différentes régions dans le trafic national sur le site de Bruxelles-J entre 2021 et 2022	P27
Graphique 3. Part des différentes régions dans le trafic national sur le site de Bruxelles-J en 2022..	P28
Graphique 4. Part des différents outils de navigation dans le trafic du site en 2022.....	P29
Tableau 11. Part des différentes classes d'âges dans le trafic sur le site de Bruxelles-J.....	P30
Graphique 5. Part des différentes classes d'âges dans le trafic sur le site de Bruxelles-J.....	P31
Tableau 12. Répartition par sexes du trafic sur le site de Bruxelles-J.....	P31
Graphique 6. Comparaison de l'évolution mensuelle du nombre de demandes d'information entre 2020, 2021 et 2021.....	P32
Graphique 7. Comparaison entre 2020, 2021 et 2022 du nombre de demandes d'information par thématiques.....	P33

BRUXELLES-J ASBL

Rue Juliette Wytsman 4/1, 1050 Bruxelles
www.bruxelles-j.be | info@bruxelles-j.be | 02 215 63 17
IBAN BE89 0012 9769 3985 | N° d'entreprise 459 530 075

AVEC LE SOUTIEN DE:

