

# RAPPORT D'ACTIVITÉ 2023

---



[www.bruxelles-j.be](http://www.bruxelles-j.be)

## Table des matières

Introduction	4
1. Le « monde d'après » est-il là ?	5
Les questions posées sur la plateforme	7
La vision globale :	9
Le site Brussel-J, « wegwijzer voor jongeren in Brussel »	9
2. L'évolution de l'équipe	10
La création d'un poste de chargé.e de communication :	10
3. L'évolution du contenu de la plateforme	11
Les « Investigations », dans la continuité de 2022 :	11
Une section actus en croissance forte :	12
Accueil d'un nouveau partenaire Bru-Stars :	12
Mise à jour constante des dossiers d'information :	13
4. L'évolution technique de la plateforme	15
Analyse technique et SEO approfondie du site :	15
Développement du Lookers Studio :	16
Modification technique du site de Brussel-J :	16
5. Communication numérique	17
Les campagnes sur TikTok et Snapchat	18
Les campagnes sur Instagram :	20
6. Communication papier	23
Nos présentoirs avec 12 brochures thématiques	23
Le « school pack »	24
7. Activités extérieures	25
Concertation Ixelloise de la Jeunesse	25
Atelier 'Ta voix, ton choix' au Parlement Bruxellois	26
Groupe de travail sur la précarité étudiante	26
Salon du SIEP :	27
Animations autour des élections	27
Formation à l'écriture inclusive à destination de nos partenaires	28
8. Projets pour 2024	29
Cessation d'activité d'Alter-Visio et recherche d'un nouveau partenaire	29
Probable déménagement de Bruxelles-J	29
Évolution du plan annuel de communication :	29
Prolongement de notre action sur les actualités en français et en néerlandais :	30
Développer le site de Brussel-J	30
Création de nouvelles fiches d'information	30

## Table des matières

9. Le Partenariat	31
10. Jeugd Informatie in het Nederlands	31
11. Les 25 fiches d'information les plus consultées	32
12. Les visites sur le site entre 2020 et 2023	33
13. L'origine géographique de nos utilisateurs	34
14. Les outils de navigation	37
15. Données démographiques partielles	38
Classes d'âges	38
Répartitions par sexes :	39
Données démographiques de nos réseaux sociaux :	40
16. Les demandes d'information en 2023	41
Conclusion	43
Index des figures	44

## INTRODUCTION

Lorsqu'on demande à ChatGpt de citer les sites d'information en ligne à destination des jeunes Bruxellois, il cite, aux côtés de sites émanant des pouvoirs publics, Bruxelles-J, Infor-Jeunes Bruxelles et le CIDJ, tous deux membres de Bruxelles-J. Sur plusieurs sujets, lorsqu'on demande à ChatGpt de citer ses sources, il renvoie vers le site de Bruxelles-J. S'il est clair que l'intelligence artificielle va avoir un impact fort sur nos vies dans le futur, il est encore difficile de savoir concrètement quels seront les changements que celle-ci va amener dans notre quotidien. A l'heure actuelle, il semble clair que cette intelligence artificielle se base encore sur le travail d'une intelligence bien humaine pour apporter des réponses aux questions qui lui sont posées. Pour combien de temps encore ? Difficile à dire...

Ce qui est sûr, c'est qu'il y a un avant et un après Covid en matière de digitalisation et de numérisation de nos sociétés. La pandémie a joué le rôle de catalyseur d'évolutions qui étaient déjà à l'œuvre et il ne semble pas devoir y avoir rapidement de retour en arrière : la digitalisation croissante, le télétravail plus fréquent, ...sont là pour rester. Et cela se marque dans les chiffres de fréquentation d'une plateforme d'information en ligne comme Bruxelles-J. Après une année 2021 record dans le contexte du tout digital lié à la pandémie de Covid-19, Bruxelles-J présente en 2023 des chiffres de fréquentation du même ordre de grandeur qu'en 2022, un peu supérieur ou un peu inférieur selon les paramètres pris en compte. La fréquentation de la plateforme ne semble pas devoir rapidement retourner au niveau qui était le sien avant la pandémie. Cela confirme au moins en partie l'avènement d'un « monde d'après » où le digital a pris une place plus importante que par le passé.

Tout cela confirme la pertinence actuelle 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 Bru-Stars, participation à de nombreux événements, modifications techniques importantes du site web, création de nombreux contenus, élargissement de l'équipe interne... Nous allons évoquer l'ensemble de ces points plus en avant.

Alors que 2024 s'annonce comme une année où de nombreuses thématiques risquent de générer un besoin accru d'information notamment avec l'entrée en vigueur de la réforme paysage et une précarité des jeunes génération toujours élevée, Bruxelles-J apparaît encore avoir des cartes en main pour rester un outil pertinent permettant d'aider les jeunes de Bruxelles et d'au-delà à prendre leur place dans notre société. Pour combien de temps encore avec les développements futurs de l'intelligence artificielle et d'autres nouvelles technologies ? L'avenir nous le dira...

## 1. Le « monde d'après » est-il là ?

Alors que l'épisode de la pandémie de Covid-19 est dorénavant bien derrière nous, on peut constater qu'il n'y a pas eu de retour en arrière. L'avènement d'un « monde d'après » où la digitalisation mais aussi le télétravail ont pris une place plus importante, semble se dessiner. En effet, bien que 2021 soit destiné à demeurer une année record, le trafic sur la plateforme de Bruxelles-J semble devoir rester durablement à un niveau supérieur à ce qu'il était avant la pandémie.

Le travail constant de l'équipe de Bruxelles-J et de tous ses partenaires a permis à la plateforme d'avoir en 2023 un trafic du même ordre qu'en 2022. Avec 2 779 293 utilisateurs en 2023, Bruxelles-J réalise la deuxième meilleure année de son histoire. Par rapport à la situation d'avant la pandémie, il est indéniable que le trafic sur la plateforme a nettement augmenté (+ 28,75 %). Sur le long terme, c'est encore plus frappant avec une hausse de près de 200 % depuis 2015 (+ 196,09 %).

Cette tendance se retrouve également au niveau des autres paramètres. Le nombre d'utilisateurs uniques s'élève à 2 205 016 en 2023, soit sensiblement au même niveau qu'en 2022 mais en hausse de 37,32 % par rapport à 2019. Même constat pour les pages vues, celles-ci avaient augmenté de plus de 80 % en 2021 ! Le léger tassement observé depuis semble tout à fait normal. Avec 4 709 920 pages vues en 2023, Bruxelles-J est très au-dessus de son niveau d'avant la pandémie (+65,69 %).

	2015	2019	2021	2022	2023	De 2022 à 2023 (%)	De 2015 à 2023 (%)
<b>Visiteurs</b>	938 673	2 159 172	2 905 287	2 764 661	2 779 293*	+ 0,52 %	+196,09 %
<b>Visiteurs uniques</b>	658 499	1 605 728	2 232 799	2 151 050	2 205 016*	+ 2,51 %	+234,85 %
<b>Pages vues</b>	1 478 559	2 842 645	5 307 733	4 775 033	4 709 920*	- 1,36 %	+218,55 %
<b>Vues uniques</b>	1 217 862	2 499 942	3 298 260	3 070 669	3 079 817*	+ 0,30 %	+152,89 %
<b>Questions traitées</b>	18 249	18 096	12 771	11 742	11 000	- 6,3 %	-39,73 %

\* Projections sur base des données au 30/09/2023 en raison de l'arrêt de Google Universal Analytics.

Tableau 1. Evolution du trafic sur le site de Bruxelles-J entre 2015 et 2023 (Données internes issues de Google Universal Analytics, 2024).

Outil prépondérant pour faire le suivi du trafic sur la plateforme de Bruxelles-J depuis de très nombreuses années, Google Universal Analytics a officiellement cessé de fonctionner en juin 2023. Dans les faits, le service est resté actif jusqu'à début octobre 2023, ce qui nous a permis de faire des projections relativement précises du trafic pour l'ensemble de l'année et ainsi pouvoir obtenir, une dernière fois, des données comparables avec celles des années précédentes.

Toutefois, puisqu'à l'avenir, nous serons contraints d'utiliser Google Analytics 4 et son mode de calcul fort différent du trafic, il nous a semblé important d'exploiter dès cette année les données récoltées par ce nouvel outil. En effet, Bruxelles-J avait anticipé l'arrêt d'Universal Analytics et Google Analytics 4 est présent sur la plateforme depuis février 2021. Google Analytics 4 compte uniquement les utilisateurs actifs : c'est-à-dire les utilisateurs ayant déclenché un événement sur le site web : un événement peut être le fait de cliquer sur un lien, de poster un message ou de scroller un certain pourcentage d'une page web par exemple.



Dès lors, il est assez compréhensible que le trafic enregistré par Google Analytics 4 soit plus faible que celui enregistré par Google Universal Analytics. De fait, la plupart des utilisateurs de Bruxelles-J ne connaissent pas le site et arrivent sur la plateforme suite à une recherche par mot-clé dans leur moteur de recherche préféré. En outre, la majorité des utilisateurs de Bruxelles-J ne circulent pas sur la plateforme : après avoir consulté la fiche proposée par leur moteur de recherche, ils quittent le site. Dès lors, s'ils ne font pas défiler un certain pourcentage de la page sur laquelle ils arrivent, parce que l'information recherchée se trouve en début de fiche, car ils trouvent la fiche trop longue, ... ils ne sont pas enregistrés par Google Analytics 4 alors qu'ils l'étaient par Google Universal Analytics.

	2021	2022	2023	De 2022 à 2023 (%)	De 2021 à 2023 (%)
<b>Visiteurs</b>	848 581*	1 816 114	1 741 766	- 4,09 %	+ 105,25 %
<b>Visiteurs uniques</b>	1 447 357*	1 331 643	1 278 726	- 3,97 %	- 11,65 %
<b>Pages vues</b>	/	2 105 672	2 037 525	- 3,24 %	/

\* Projection sur base des données de mars à décembre 2021 (GA4 absent du site avant cette date).

Tableau 2. Evolution du trafic sur le site de Bruxelles-J entre 2021 et 2023 (Données issues de Google Analytics 4, 2024)

Bien que les chiffres des deux systèmes soient incomparables, on observe des tendances similaires. L'année 2021 a été une année record alors que 2022 et 2023 sont des années relativement proches en termes de trafic. Ici 2023 est légèrement en-dessous de 2022 alors qu'elle était légèrement au-dessus dans l'autre système. Le chiffres du nombre de visiteurs pour 2021 est incohérent car il est inférieur au nombre de visiteurs uniques pour la même année. Nous n'avons pas d'explication exacte de cette réalité. On pourrait supposer que Google Analytics 4 était encore en phase de test à ce moment là puisqu'il n'est entré réellement en fonction que 2 ans plus tard.

L'évolution du trafic sur la plateforme de Bruxelles-J est évidemment un élément essentiel pour évaluer l'impact du travail fourni par Bruxelles-J et l'ensemble de ces partenaires. Pourtant, les logiques précises expliquant l'évolution de ce trafic demeurent relativement impénétrables pour l'équipe en place. S'il est évidemment possible d'identifier des tendances longues : la mise en place du nouveau site web fin 2018 a augmenté le trafic sur la plateforme tout en réduisant progressivement le nombre de questions reçues, l'existence d'un avant et un après Covid-19, ...il nous est par contre beaucoup plus compliqué, voire impossible, d'expliquer l'évolution du trafic sur la plateforme d'une année à l'autre. Ce qui est par moment assez frustrant pour l'équipe en place.

Il est évident qu'il y a une limite au nombre de personnes en recherche du type d'informations proposé sur le site de Bruxelles-J et qu'il est illusoire d'espérer voir le trafic sur la plateforme augmenter indéfiniment. Il y a bien un moment où le site atteindra un plateau et où l'objectif devra être de se maintenir à un niveau comparable d'année en année. Est-ce déjà le cas ? Il est bien trop tôt pour le dire...

Par ailleurs, une plateforme comme Bruxelles-J est évidemment très exposée aux changements de formats et de politique implémentés par les GAFAM, Google en tête. Par exemple, le fait que depuis l'année dernière le résumé essentiel d'une page web apparaisse 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. Il en va de même avec l'émergence de l'intelligence artificielle et d'outils comme ChatGPT.

Face à cela, l'équipe de Bruxelles-J peut parfois se sentir désarmée. Par exemple nous avons fait réaliser fin 2022 un audit SEO complet des sites francophones et néerlandophones de Bruxelles-J. Cet audit a découlé sur un plan d'action en plusieurs étapes visant à améliorer l'accessibilité et le référencement de la plateforme sur les moteurs de recherche (nous détaillerons plus loin les actions menées). Au moment d'écrire ces lignes, on ne peut pas dire qu'il y ait eu un impact visible de ces actions, parfois assez fastidieuses, sur le trafic de Bruxelles-J. Pourtant, en termes de référencement et d'accessibilité (SEO), le site de Bruxelles-J est censé être aujourd'hui plus performant qu'il l'était en 2021 ou en 2022 par exemple.

Face à cette réalité, il semble important, en interne comme en externe, de ne pas évaluer le travail de Bruxelles-J uniquement sur base des chiffres du trafic et du nombre de commentaires sur la plateforme. Il est bien entendu évident que Bruxelles-J mettra tout en œuvre pour maintenir voire accroître son nombre d'utilisateurs annuels mais il est également important d'analyser l'action de notre partenariat de manière moins unidimensionnelle. Créer de nouvelles fiches info pertinentes, élargir le partenariat, participer à des événements et à des groupes de travail touchant la jeunesse bruxelloise, créer des contenus qualitatifs pour nos réseaux sociaux, rester à l'écoute des nouvelles technologies et continuer le travail d'optimisation technique de la plateforme, ... Essayer de «Bien faire les choses» est la ligne directrice de l'équipe de Bruxelles-J et c'est cette vision qui doit être créatrice de sens dans notre action.

Cela étant dit, Bruxelles-J s'est maintenu en 2023 au niveau de 2022 en apportant 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 !

## **Les questions posées sur la plateforme**

Alors que le site de Bruxelles-J recueille depuis 2015 un nombre croissant d'utilisateurs, le nombre de questions posées, lui, se tasse. Il est important de rappeler qu'il s'agissait là 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.

Bruxelles-J est ainsi soumis à une forme d'injonction contradictoire : d'une part la plateforme est évaluée sur son trafic et sur le nombre de questions auxquelles elle répond chaque année, une hausse du nombre de questions est donc là vue comme quelque chose de positif, d'autre part il ne faut pas que ce nombre de questions soit trop important, au risque de mettre trop sous pression les membres du partenariat. Trouver un équilibre entre ces deux pôles n'est pas forcément chose aisée : l'un des enjeux traversant l'action de Bruxelles-J est donc 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 2023, Bruxelles-J comptabilise 11 000 questions traitées par l'ensemble des partenaires. Cela représente une diminution de 6,30 % par rapport à 2022, et cela confirme l'évolution vers une forme de stabilité du nombre de questions.

En effet, après une baisse de 19,3 % en 2020 (4000 questions en moins), de 12,5 % en 2021 (2000 questions en moins) et de 8,05% en 2022 (1000 questions), la baisse de 700 questions de cette année (6%) 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.

Il y a une donnée chiffrée que nous suivons en interne et qui semble pouvoir confirmer cette tendance : le nombre de commentaires postés sur le site web. Ce chiffre comprend à la fois les questions et les réponses des membres du partenariat de Bruxelles-J postées sur le site mais ne tient pas compte des questions envoyées par e-mail. Son évolution est intéressante.

	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Janvier	1540	1188
Février	1380	1076
Mars	1380	1188
Avril	1167	1001
Mai	1164	1058
Juin	1246	1244
Juillet	1064	1376
Août	1314	1510
Septembre	1485	1921
Octobre	1360	1382
Novembre	1085	1361
Décembre	667	917
<b>Total</b>	<b>14 855</b>	<b>15 222</b>

Tableau 3. Nombre de commentaires postés sur le site en 2022 et 2023 (Données internes à Bruxelles-J, 2024)

Comme on peut le voir, le mois de juin est le mois pivot. Avant cette date, l'année 2022 a vu plus de commentaires postés sur Bruxelles-J, après cette date, l'année 2023 prend le pas sur 2022. Au total, il y a eu plus de commentaires postés sur la plateforme en 2023 qu'en 2022. La différence entre les deux années doit dès lors sans doute venir des questions envoyées directement par e-mail. Il est possible que cette évolution du nombre de commentaires postés soit le fruit du travail d'optimisation technique de la plateforme mis en place par l'équipe en début d'année. Il faudra voir comment cette dynamique se prolonge en 2024.

Bien que ce point soit développé plus loin dans ce rapport, il est à noter que l'année 2024 sera une année test pour le suivi et la comptabilisation des questions posées sur la plateforme. En effet, si Google Analytics 4 ne suit que les utilisateurs actifs déclenchant des événements sur la plateforme, il est par contre possible de faire un suivi statistique plus pointu de ces événements qu'il s'agisse de poster un commentaire, d'appeler un numéro de téléphone ou d'envoyer un email, ... Alors que par le passé la comptabilisation des questions sur la plateforme se faisait manuellement au niveau des partenaires, nous avons mis en place des outils de comptabilisation automatique de toutes ces actions. L'idée est de laisser ces deux systèmes de comptage coexister en 2024 afin de voir s'ils donnent des résultats comparables. A terme si le suivi automatique donnait des résultats intéressants, nous pourrions abandonner le suivi manuel, ce qui allégerait le travail de nos partenaires. Les premiers chiffres partiels sur la fin de l'année 2023 semblent aller dans ce sens puisqu'on comptabilise 2311 questions via Google Analytics 4 contre 2097 via l'encodage manuel des partenaires.

Enfin, suite à ce travail de réflexion mené sur la comptabilisation automatique des questions reçues par Bruxelles-J, nous nous rendons compte qu'arriver à une comptabilisation exhaustive du nombre de questions reçues par Bruxelles-J est une gageure. Bruxelles-J peut être contacté de tellement de façons différentes : réseaux sociaux, e-mail direct à l'adresse info, appel à Bruxelles-J qui redirige vers un partenaire ou en-dehors du partenariat pour les thématiques sans partenaire, formulaire de contact sur le site web, commentaires sur le site, appel direct à un partenaire via le cadre de contact des fiches sur le site, ... qu'il est impossible de réaliser une comptabilisation automatique pour tous ces chemins d'accès. De la même manière, l'encodage manuel a aussi ses faiblesses : personne téléphonant à un partenaire sans signaler qu'il vient de Bruxelles-J, oubli d'encodage occasionnel, perte de traçabilité lors du transfert de Bruxelles-J vers un partenaire, ... Notre ambition va être de trouver le système le moins incomplet possible même si des questions passeront toujours sous le radar



## La vision globale :

Avec une année 2023 proche de 2022 en termes de trafic et de questions posées, Bruxelles-J semble atteindre son objectif, puisque près de trois millions d'utilisateurs y ont trouvé 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 2023, pour la troisième année consécutive, le site de Bruxelles-J a accueilli en moyenne 8 000 visiteurs par jour.

## 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. Depuis 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 avait été impressionnant et cette tendance s'est poursuivie en 2023 !

	2021	2022	2023	Evolution 2022-2023
<b>Visiteurs</b>	1 642	12 120	19 383*	+ 59,9 %
<b>Visiteurs uniques</b>	1 356	10 633	18 091*	+ 70,1 %
<b>Pages vues</b>	3 347	31 633	47 267*	+ 49,4 %

\* Projections sur base des données au 30/09/2023 en raison de l'arrêt de Google Universal Analytics.

Tableau 4. Evolution du trafic sur le site de Brussel-J entre 2021, 2022 et 2023 (Données internes issues de Google Analytics, 2023).

En 2023, Brussel-J a accueilli 19 383 visiteurs et 47 267 pages ont été consultées. Cela représente un peu plus de 50 utilisateurs par jour et près de 130 pages consultées par jour tout au long de l'année. Le travail de création de contenu en néerlandais semble donc continuer à porter ses fruits et le trafic sur Brussel-J continue de croître après l'explosion de 2022.

A noter que si on consulte les chiffres Google Analytics 4, on obtient un nombre sensiblement similaire d'utilisateurs mais pour seulement 28 000 pages vues. Cela représente toutefois pour Google Analytics 4 une augmentation de 101,9 % par rapport à 2022. A nouveau, Google Analytics 4 compte très différemment de son prédécesseur Universal Analytics et il est assez désespérant de ne pas savoir expliquer clairement les raisons précises de ces différences. La chose à retenir c'est que quel que soit le système choisi, le trafic sur Brussel-J a continué à croître fortement en 2023.

En marge de ce développement du versant néerlandophone de la plateforme, Bruxelles-J a, dans le cadre des élections de 2024, réalisé une première collaboration avec Wat-Wat, un site d'information généraliste néerlandophone basé à Bruxelles et destiné à toute la jeunesse néerlandophone en Flandre et à Bruxelles. Nous avons rédigé un article intitulé « Verkiezingen in Brussel : wat moet ik weten ? », consacré aux spécificités bruxelloises pour les électeurs néerlandophones à Bruxelles.

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, certains de nos partenaires sont déjà bilingue et il n'est pas impossible que certains développent dans un avenir proche des fiches informatives en néerlandais également. Nous sommes en tous cas en train d'adapter le site web de Brussel-J afin de rendre cela possible.

## 2. L'évolution de l'équipe

### La création d'un poste de chargé.e de communication :

C'était une nécessité et une demande depuis un moment. L'équipe de Bruxelles-J a enfin pu s'agrandir cette année avec la création d'un poste de chargé.e de communication. N'ayant reçu que tardivement la confirmation que nous aurions les subventions nécessaires à cet agrandissement de l'équipe, le poste a d'abord constitué en un CDD à 4/5<sup>ième</sup> temps jusqu'à la fin 2023 avant de se prolonger en un CDI à mi-temps.

La création de ce poste a permis d'équilibrer la charge de travail au sein de l'association : déchargeant la direction et la chargée de projet d'une grande partie de la communication extérieure, tâche à la fois chronophage et éloignée des compétences et des attributions de ces deux postes. L'arrivée d'un.e chargé.e de communication a permis à l'association d'améliorer drastiquement sa communication numérique en produisant beaucoup plus régulièrement des contenus plus complexes à direction de ses réseaux sociaux, Instagram et Tik-Tok en tête. Nous y reviendrons plus en avant. En outre, l'ouverture de ce poste a aussi permis d'améliorer la qualité des contenus produits dans le cadre des investigations notamment.

Publiée en juin 2023, nous avons reçu de nombreuses candidatures à l'offre d'emploi dont une quinzaine de candidatures adaptées à la fonction. Après une première sélection sur base du curriculum vitae et de la lettre de motivation, nous avons rencontré une petite dizaine de candidats et candidates. Après la rencontre, il était demandé aux candidats et candidates de réaliser une publication en direction des réseaux sociaux de Bruxelles-J sur base d'une fiche info qu'ils pouvaient librement choisir sur notre site.

Au terme de ce processus, c'est Emma Van Vlemmeren, jeune diplômée en publicité de l'IHECS (2022) qui a été retenue et qui a donc rejoint l'équipe de Bruxelles-J dans le courant du mois de juillet 2023. Il s'agit pour Emma de la première expérience professionnelle en rapport avec son diplôme. Le fait d'avoir une nouvelle travailleuse issue de la même génération que notre public-cible est clairement une plus-value pour Bruxelles-J car elle connaît les codes de cette génération et les enjeux auxquels elle est confrontée. Sa présence au sein de l'équipe enrichit les réflexions menées au sein de Bruxelles-J au-delà du simple volet communication.

L'ambition à terme serait de pouvoir faire évoluer ce troisième poste vers un 4/5<sup>ième</sup> temps tout au long de l'année.

### 3. L'évolution du contenu de la plateforme

#### Les « Investigations », dans la continuité de 2022 :

Mises en place fin 2018 sous le nom de « dossiers spéciaux » afin de traiter des sujets concernant les jeunes et n'étant pas spécifiquement abordés par nos partenaires dans nos fiches d'information, nous avons décidé en 2022 d'avoir une approche qualité plutôt que quantité pour ces investigations.

En effet, nous avons décidé de passer au format interview filmée 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 réalisons moins d'interviews.

Cette année nous avons réalisé une série en trois parties consacrées au lien entre réseaux sociaux et santé mentale des jeunes. Pour se faire, nous nous sommes rendus à Namur pour interviewer Pascal Minotte, psychologue, psychothérapeute et chercheur au CRÉSAM. Cette série faisait suite à la publication par le CRÉSAM d'un rapport plutôt rassurant sur la relation des jeunes aux réseaux sociaux.

En outre, la fin de l'année 2023 a été consacrée à la rencontre de différents opérateurs bruxellois afin de planifier deux séries pour le début de l'année 2024. La première sera consacrée au changement climatique et à ses répercussions en Belgique et consistera en 3 rencontres avec trois chercheurs en glaciologie à l'ULB et à la VUB. La seconde sera plus orientée vie pratique sera consacrée à la pratique du vélo à Bruxelles et aux différents lieux appartenant à l'économie circulaire et sociale où il est possible de réparer son vélo en Région de Bruxelles-Capitale. Le choix de ces thématiques vient aussi d'une envie de faire évoluer le contenu de la plateforme afin de coller aux enjeux d'une jeunesse pour qui l'écologie et la question climatique sont centrales.



*Interview de Pascal Minotte, psychologue & psychothérapeute au CRÉSAM sur l'impact des médias sociaux sur notre santé mentale. (Cliquez sur l'image pour visionner l'interview sur YouTube.)*

## 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.

	2021	2022	2023	Évolution 2022-2023
Pages vues	77 924	99 549	135 296*	+ 35,91 %
Vues Uniques	38 401	54 521	76 064*	+ 39,951 %

\* Projections sur base des données au 30/09/2023 en raison de l'arrêt de Google Universal Analytics.

Tableau 5. Evolution du trafic de la section actualités du site entre 2021 et 2023 (Données internes issues de Google Analytics, 2024).

Depuis 2021, la section « Actus » de Bruxelles-J offre un système de filtre et intègre également les investigations réalisées par l'équipe. Cette section continue à voir son trafic s'accroître fortement puisque celui-ci a augmenté de plus de 35% cette année. En deux ans, le trafic de nos actus a augmenté de plus de 73% et le nombre de vues uniques a quasiment doublé (+98,1%) !

Il est aussi remarquable que parmi les articles ayant été le plus consultés on retrouve plusieurs articles consacrés aux loisirs et aux activités récréatives (fête nationale, festivals de musique, ...). 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 a toujours pour ambition à terme de 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.

## Accueil d'un nouveau partenaire Bru-Stars :

Depuis un moment, Bruxelles-J avait le souhait de redéployer sa thématique « Ta santé ». En parallèle, nous étions désireux de développer la réflexion sur la question de la santé mentale chez les jeunes dans le cadre de nos investigations. Suite à une rencontre dans le cadre de la Concertation Ixelloise de la Jeunesse à laquelle nous participons depuis de nombreuses années, nous avons donc rencontré Bru-Stars pour discuter de la manière d'aborder la question sur le site. Les choses sont ensuite allées très vite : Bru-Stars avait l'envie de pouvoir porter les questions de santé mentale des jeunes vers le grand public et disposait avec son équipe Crosslink des moyens humains nécessaires au travail de rédaction et d'e-permanence. Bru-Stars a donc rejoint officiellement le partenariat en juin 2023 et leurs premières fiches ont pu être publiées dans le dernier trimestre 2023.

Cette arrivée fait donc passer le partenariat à 13 membres : dix partenaires associatifs, deux organismes d'intérêts publics et un pouvoir public.

## Mise à jour constante des dossiers d'information :

Le travail d'amélioration constante du contenu passe aussi par les séances de Groupe de Travail composé de nos partenaires informateurs,

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 ne sont pas moins de 22 nouvelles fiches d'informations qui ont vu le jour en 2023. Le tableau ci-après va en faire la synthèse.

Titre	Thématique	Partenaire	Statut
Devenir enseignant en Belgique	Étudier & te former	CEDIEP	En ligne
Devenir pompier en Belgique	Étudier & te former	CEDIEP	En ligne
Dans quels cas as-tu droit au RIS en tant que personne isolée ?	Droits sociaux	CIDJ	En ligne
La santé, de quoi parle-t-on ?	Ta santé	CIDJ	En ligne
Une alimentation saine : Manger mieux pour vivre mieux	Ta santé	CIDJ	En ligne
La Pause active, comment bouger dans ton quotidien ?	Ta santé	CIDJ	En ligne
Pourquoi est-il bon de bouger ?	Ta santé	CIDJ	En ligne
Le paysage politique : quelles sont les grandes idées politiques représentées en Belgique ?	Exercer ta citoyenneté	IJBXL	En ligne
Les actions citoyennes	Exercer ta citoyenneté	IJBXL	En ligne
La cigarette électronique et le puff	Drogues & Addictions	Le Pélican	En ligne
La kétamine	Drogues & Addictions	Le Pélican	En ligne
Les snus et les nicobouches	Drogues & Addictions	Le Pélican	En ligne
Comment choisir une école secondaire ?	Étudier & te former	Questions Scolaires	En ligne
Comment soutenir ton enfant à l'école primaire ? ... en favorisant son attention et sa concentration	Étudier & te former	Questions Scolaires	En ligne
Les 7èmes années de l'enseignement secondaire	Étudier & te former	Questions Scolaires	En ligne
Et si on me parle d'enseignement spécialisé pour mon enfant ?	Étudier & te former	Questions Scolaires	En ligne
L'alternance, quelles certifications et suites possibles ?	Étudier & te former	Questions Scolaires	En ligne
Comment soutenir ton enfant à l'école primaire ? ... en renforçant son estime et sa confiance en lui	Étudier & te former	Questions Scolaires	En ligne
Recommencer une année en maternelle, en primaire ou en secondaire	Étudier & te former	Questions Scolaires	En ligne
Et si mon enfant arrive de l'étranger ou ne parle pas bien français ?	Étudier & te former	Questions Scolaires	En ligne
Qui décide de quoi à l'école ?	Étudier & te former	Questions Scolaires	En ligne
De chercheur d'emploi à entrepreneur	Travailler	Service 1819	En ligne

Tableau 6. Fiches créées sur le site en 2023 (Données internes de Bruxelles-J, 2024).



Il faut noter que ce chiffre est un petit peu sous-évalué. En effet, cinq autres fiches ont été mises en ligne au tout début de l'année 2024 alors que le travail de production du contenu a été mené en grande partie en 2023 mais les étapes de validation et de réécriture ont légèrement décalé leur mise en ligne. Il s'agit des premières fiches de Bru-Stars dans notre nouvelle section Santé mentale et d'une fiche consacrée au permis de conduire rédigée par le Service du Droit des jeunes de Bruxelles.

Parmi ces créations, nous sommes particulièrement contents d'avoir pu redonner une consistance à notre thématique « Ta Santé » qui était un peu pauvre depuis le départ de Questions Santé du partenariat. La création de nouvelles fiches par le CIDJ combinée au développement de la santé mentale avec l'arrivée de Bru-Stars dans le partenariat ont permis d'élargir le contenu de la thématique qui abordait déjà les questions de mutuelles, de santé sexuelle et d'assuétudes.

Au total, nous avons donc travaillé avec nos partenaires sur 27 nouvelles fiches au cours de l'année 2023 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 314 !

Il faut aussi noter qu'outre la création de nouvelles fiches, Bruxelles-J a fait mettre à jour par Maison Babel les 9 fiches relatives aux droits des étrangers qui sont orphelines depuis la cessation des activités de l'UNECOF. Bruxelles-J a cherché un partenaire pour reprendre ses fiches à plusieurs reprises au cours des trois dernières années. Malheureusement, avec la crise migratoire actuelle, l'ensemble des opérateurs envisagés ont décliné car leur charge de travail est déjà très importante. N'ayant pas été actualisées depuis 2018, il était grand temps que ces fiches soient mises à jour, faute de quoi elles auraient dû être effacées. Suite à cette mise à jour ponctuelle, nous avons décidé de les laisser en ligne. Toutefois, les questions sous ces fiches demeurent fermées et nous réorientons les éventuelles questions (e-mail, réseaux sociaux ou téléphone) vers des opérateurs bruxellois extérieurs au partenariat.

## 4. L'évolution technique 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.

C'est dans cette optique nous avons lancé fin 2022 un audit SEO complet de nos deux sites web afin de voir ce qui pouvait être amélioré. Nous avons reçu les résultats de cet audit au début de l'année 2023. 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 était possible d'agir afin d'améliorer l'accessibilité et le référencement de la plateforme. Ces points d'attention comprenaient 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, ...). Nous avons consacré pas mal de temps durant la première moitié de l'année à mettre en pratique les différentes recommandations de cet audit, en collaboration avec les membres de Bruxelles-J.

Sur le plan technique, les modifications mises en place sont :

- Le nettoyage complet du code du site web afin d'éliminer les lignes de codes excédentaires que ça soit en CSS ou en Java script.
- L'allègement de l'ensemble de la base de données d'images et la mise en place d'outils automatisés pour les nouveaux médias.
- Le nettoyage manuel de plus 600 liens morts.

Sur le plan du contenu, l'action s'est concentrée sur nos 50 fiches les plus visitées. Pour ces 50 fiches, nous avons, en collaboration avec nos partenaires, optimisé les titres des fiches, les sous-titres et l'ensemble des éléments de SEO (méta-description, mots-clés de recherche, ...). Il est encore trop tôt pour analyser le résultat de ce travail très minutieux et chronophage.

## **Développement du Lookers Studio :**

Afin d'anticiper la cessation d'activité d'Universal Analytics, Google Analytics 4 a été installé sur le site dès 2021 et l'équipe a suivi de nombreuses formations sur le sujet : au Cepegre, à la Google Academy, à l'Ihecs Academy, ...Malgré tout cela, nous peinions à configurer tout à fait correctement ce nouvel outil qui, au-delà des différences dans les chiffres, ne récoltait pas le même ensemble de données que son prédécesseur Universal Analytics.

En août 2023, nous avons dès lors engagé Jean Sprimont, qui avait donné la formation que nous avons suivie à l'Ihecs Academy, afin de paramétrer correctement Google Analytics 4 pour que nous puissions récolter le même jeu de données que par le passé. En outre, cela a été l'occasion d'exploiter plus largement le potentiel de suivi plus complexe du comportement des utilisateurs sur la plateforme qu'offre ce nouvel outil. En effet, bien configuré, Google Analytics 4 permet de suivre des comportements qu'on ne pouvait pas suivre par le passé : par exemple lorsqu'un utilisateur contacte un partenaire par téléphone sans passer par Bruxelles-J, ou lorsqu'un utilisateur consulte le site web ou les réseaux sociaux d'un partenaire depuis le site de Bruxelles-J.

Grâce à l'outil Lookers Studio, il nous a été possible de rendre l'ensemble de ces données accessibles en temps réel à l'ensemble de nos partenaires. Ils peuvent donc à tout moment savoir combien de questions ils ont reçu pour quelles fiches, etc. A terme, si les chiffres sont comparables, il se pourrait que ces relevés automatiques des questions posées remplacent l'encodage manuelle par les partenaires. Nous devons peser le pour et le contre en temps voulu : 2024 est une année test à ce niveau.

## **Modification technique du site de Brussel-J :**

A l'heure actuelle, le site néerlandophone de Brussel-J est, sur le plan du code et de la technique, un site totalement différent de Bruxelles-J et il n'offre absolument pas les mêmes possibilités : création d'utilisateur, section actus avec filtres, ...Afin notamment que nos partenaires bilingues puissent également répondre à des questions en néerlandais s'ils le souhaitent, nous avons lancé le projet de modifier totalement l'architecture du site néerlandophone afin d'en faire un miroir du site francophone. Ce projet est déjà bien avancé et il devrait devenir réalité dans les premiers mois de 2024.

## 5. Communication numérique

Bruxelles-J est présent sur les réseaux sociaux et possède une page Facebook, un compte Instagram, un compte TikTok, un compte LinkedIn et une chaîne Youtube. Le compte TikTok a été créé fin 2022 et il n'a commencé à être réellement exploité qu'en 2023. Cela ne fait que 3 ans que ces canaux sont exploités de manière cohérente. Il y a évidemment encore beaucoup à faire mais les perspectives semblent prometteuses.

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. Pour 2023, il a été décidé d'arrêter de travailler avec Voice car il nous semblait que nous avions redéfini suffisamment clairement la manière dont nous voulions être présents sur les réseaux sociaux. Le fait de passer par une agence a un coût et nous préférons consacrer des crédits supplémentaires au fait de produire plus de contenu et de sponsoriser plus régulièrement du contenu sur les réseaux. A l'avenir, il pourrait être envisager de travailler ponctuellement avec Voice sur une campagne spécifique car nous avons été satisfaits de leur travail au cours de ces deux années de collaboration.

En 2023, il avait donc été décidé de produire une capsule vidéo par partenaire (12 au total) et donc de sponsoriser tous les mois du contenu sur les réseaux sociaux, plutôt que de procéder par vague ponctuelle. En effet, par manque de temps et de moyen humain, le manque de régularité dans nos publications était la plus grande faiblesse de la communication digitale de Bruxelles-J en 2021 et 2022. Il semble que cette régularité ait payé.

En outre, avec l'engagement d'une chargée de communication en juillet 2023, nous avons clairement pu faire passer un cap à notre communication digitale qui a gagné tant en quantité (plus de canaux, plus de contenus) qu'en qualité (quasiment exclusivement du contenu vidéo). Le tableau ci-après fait un bilan annuel général de l'évolution de notre présence sur les réseaux.

	2021	2022	2023	Évolution 2022-2023
Abonnés FB	4 700	4 900	5 200	+ 6,1 %
Couverture FB	285 090	207 637	51 224	- 75,3 %
Abonnés IG	995	1 332	1 581	+ 18,7 %
Couverture IG	183 189	196 929	378 018	+ 91,9 %
Abonnés TikTok	/	/	236	Pas de données

Tableau 7. Suivi de l'évolution de la présence de Bruxelles-J sur les réseaux sociaux (Données internes de Bruxelles-J, 2024).

Les chiffres pour 2023 montrent que Bruxelles-J a continué à accroître sa notoriété sur les différents réseaux sociaux. La première chose qui ressort, c'est évidemment le recul des couvertures sur Facebook. Il s'agit là d'un choix stratégique. En raison du recul de Facebook au sein des jeunes générations, nous avons décidé de ne pas sponsoriser de contenu sur cette plateforme en 2023 afin de nous concentrer sur des plateformes plus investies par les jeunes comme Instagram, TikTok ou Snapchat. Malgré cela, le nombre d'abonnés à notre compte Facebook continue à croître d'année en année.

Élément nouveau de notre communication digitale, le compte TikTok de Bruxelles-J a accumulé 236 abonnés au cours de l'année pour 76 314 vues et 2 174 likes. Il est clair que le compte en est à ses débuts mais il a quand même rencontré quelques succès au cours de l'année notamment avec les capsules « S'engager dans l'armée », « C'est quoi un bad trip ? » ou « Où étudier à Bruxelles ? ».

Enfin, c'est vraiment sur Instagram que nous avons obtenu les meilleurs résultats cette année avec une hausse de 18,7% du nombre d'abonnés et un nombre de couverture qui a pratiquement doublé pour atteindre 378 018 couvertures. On voit ici que le fait d'avoir pu poster plus régulièrement des contenus plus qualitatifs grâce à l'engagement d'une chargée de communication a eu un effet immédiat sur le rayonnement en ligne de Bruxelles-J.

Nous allons maintenant prendre le temps de nous intéresser aux différentes campagnes sponsorisées sur les différents réseaux au cours de l'année 2023.

## **Les campagnes sur TikTok et Snapchat**

Sur TikTok et Snapchat, nous n'avons sponsorisé du contenu que dans le cadre des capsules mensuelles réalisées avec nos partenaires. Les résultats apparaissent globalement bons et dans la continuité de ce que nous avons eu les années précédentes. Le fait de sponsoriser du contenu de façon plus régulière tout au long de l'année n'a pas nuit à la performance des campagnes prises individuellement. Il faut noter que nous n'avons pas de compte Snapchat mais qu'il est possible de réaliser des campagnes de promotion sur ce réseau même sans compte.

Ces chiffres confirment également ce que nous avons observé lors de nos tests de l'année dernière : TikTok et Snapchat sont des réseaux moins chers qu'Instagram où il est possible de toucher un grand nombre de personnes à un coût plus limité. Ce sont donc des plateformes intéressantes pour une petite structure comme la nôtre qui n'a pas un budget publicitaire illimité.

On voit également très clairement l'impact sur le nombre d'impressions lorsqu'un contenu entre en résonance avec l'actualité : la capsule consacrée à l'usage des menottes sur les mineurs a très bien fonctionné sur TikTok car elle est sortie plus ou moins à la même période que les émeutes en France. De même, la capsule consacrée à la réforme du statut d'artiste ayant été publiée à la veille de l'entrée en vigueur de la nouvelle législation, elle a bien fonctionné sur les deux plateformes. Pour le reste, on peut constater que les contenus consacrés à la scolarité dans le secondaire ont assez bien fonctionné sur Snapchat alors que la capsule consacrée à l'entretien d'un logement loué a très bien fonctionné sur TikTok.

Il n'y a qu'une campagne qui a vraiment moins bien fonctionné, c'est celle consacrée au job étudiant sur Snapchat qui a fait près de trois fois moins d'impressions et de vues sans que l'on ait une explication claire de ce moins bon résultat. On observe parfois une mise en avant plus faible sur certains sujets jugés sensibles par les plateformes comme la contraception, les thématiques LGBTQIA+ ou l'alcool par exemple, mais les jobs étudiant ne nous semblent pas entrer dans cette catégorie.



Mois	Poste	Indicateurs	TikTok	Snapchat
Mai	L'usage des menottes (SDJ)	Budget	150 €	100 €
		Impressions	310 392	201 826
		Vues	/	12 807
		Clicks	749	696
		CPM	0,65 €	0,50 €
Juin	Changer d'école (Questions scolaires)	Budget	150 €	100 €
		Impressions	243 800	167 824
		Vues	/	11 203
		Clicks	442	794
		CPM	0,65 €	0,60 €
Juillet	La dépendance (Le Pélican)	Budget	150 €	100 €
		Impressions	207 459	157 490
		Vues	/	7 510
		Clicks	381	603
		CPM	0,75 €	0,63 €
Août	Enseignement à domicile (CEDIEP)	Budget	150 €	100 €
		Impressions	232 220	206 378
		Vues	/	10 914
		Clicks	509	780
		CPM	0,65 €	0,48 €
Septembre	Job étudiant (IJ Bruxelles)	Budget	150 €	100 €
		Impressions	214 252	64 464
		Vues	/	4 309
		Clicks	749	489
		CPM	0,70 €	1,55 €
Octobre	Entretien du logement (CIDJ)	Budget	150 €	100 €
		Impressions	255 064	166 821
		Vues	/	8 173
		Clicks	803	427
		CPM	0,58 €	0,60 €
Novembre	Voyager (Dynamo)	Budget	150 €	100 €
		Impressions	210 727	133 627
		Vues	/	7 286
		Clicks	492	371
		CPM	0,73 €	0,75 €
Décembre	Réforme du statut d'artiste (Iles ASBL)	Budget	150 €	100 €
		Impressions	238 828	246 735
		Vues	/	11 781
		Clicks	538	846
		CPM	0,64 €	0,41 €

\*CPM=coût pour mille impressions

Tableau 8. Compilation des indicateurs de vues des vidéos des campagnes en 2023 pour Tiktok et Snapchat (Données internes à Bruxelles-J, 2024).

## Les campagnes sur Instagram :

A l'heure actuelle, Instagram demeure notre canal de diffusion principal en termes de réseaux sociaux même si nous souhaitons mieux développer notre compte TikTok dans le futur.

Mois	Poste	Indicateurs		Engagement	
Mai	L'usage des menottes (SDJ)	Budget	250 €	Likes	164
		Impressions	85 794	Commentaires	0
		Vues	45 688	Enregistrement	89
		Interactions	21 303	Play	159 013
		CPM	2,91 €		
Juillet	La dépendance (Le Pélican)	Budget	500 €	Likes	308
		Impressions	193 543	Commentaires	9
		Vues	92 016	Enregistrement	6
		Interactions	42 095	Play	192 515
		CPM	2,58 €		
Août	Enseignement à domicile (CEDIEP)	Budget	250 €	Likes	150
		Impressions	124 379	Commentaires	8
		Vues	68 094	Enregistrement	12
		Interactions	17 231	Play	109 810
		CPM	2,01 €		
Septembre	Job étudiant (IJ Bruxelles)	Budget	250 €	Likes	171
		Impressions	110 607	Commentaires	0
		Vues	66 001	Enregistrement	12
		Interactions	11 409	Play	98 637
		CPM	2,26 €		
Octobre	Entretien du logement (CIDJ)	Budget	250 €	Likes	56
		Impressions	59 677	Commentaires	0
		Vues	29 831	Enregistrement	32
		Interactions	10 270	Play	54 726
		CPM	4,19 €		
Novembre	Voyager (Dynamo)	Budget	250 €	Likes	118
		Impressions	49 199	Commentaires	3
		Vues	29 270	Enregistrement	12
		Interactions	4 269	Play	229 431
		CPM	1,14 €		
Décembre	Réforme du statut d'artiste (Iles ASBL)	Budget	250 €	Likes	70
		Impressions	234 734	Commentaires	2
		Vues	174 351	Enregistrement	23
		Interactions	12 075	Play	233 134
		CPM	1,07 €		

\*CPM=coût pour mille impressions

Tableau 9. Compilation des indicateurs de vues des vidéos des campagnes en 2023 pour Instagram (Données internes à Bruxelles-J, 2024).

Concernant les capsules réalisées en collaboration avec les partenaires de Bruxelles-J, deux remarques préalables s'imposent. Première, une capsule de 2022 a été sponsorisée en janvier 2023. Elle concernait le contrat de bail et elle a assez bien fonctionné avec 159 013 lectures, 89 enregistrements et un coup pour mille vues de 1,73 €. Deuxièmement, suite à une erreur de manipulation, la capsule de Questions Scolaire de juin n'a pas été sponsorisée alors que la capsule du Pélican de juillet a été sponsorisée deux fois. Il s'agit d'une petite erreur humaine et nous boosterons un peu plus la capsule de Questions Scolaires en 2024 pour compenser.

Globalement, l'ensemble des capsules a bien fonctionné avec un coût pour mille vues assez faible pour les standards de la plateforme. Seule la capsule consacrée à l'entretien du logement a vraiment moins bien fonctionné que les autres en termes de vues mais elle a été enregistrée pour être revisionnée plus tard 32 fois ce qui est un chiffre relativement important.

Contrairement aux années précédentes où on avait assisté à un petit affaissement en fin d'année, les deux dernières capsules de l'année ont particulièrement bien fonctionné. Les bons chiffres obtenus par la capsule consacrée au voyage démontrent à nouveau qu'il y a un sens à ce que Bruxelles-J ne se limite qu'aux droits sociaux et à la scolarité mais investisse d'autres pans de la vie des jeunes tels que le voyage, les loisirs, ... Comme sur Snapchat et TikTok, la capsule sur la réforme du statut d'artiste a quant à elle particulièrement bien fonctionné car elle entrainait en résonance avec l'actualité immédiate.

A côté des capsules vidéo construites avec nos partenaires, Bruxelles-J a créé toutes les semaines du contenu qualitatif à direction de nos différents réseaux. Entre octobre et décembre 2023, il a été décidé de sponsoriser plus faiblement une partie de ses contenus créés en interne afin de voir les répercussions sur le fonctionnement de la page. Ce choix s'expliquait de deux manières différentes : premièrement, la volonté de tester si un sponsoring plus régulier sur les réseaux avait des répercussions positives sur le suivi de notre chaîne. Deuxièmement, vu la faible mise en avant des contenus postés en organique sur Instagram, le besoin de voir le travail quotidien de notre chargée de communication avoir un minimum d'écho vers notre audience.

Les résultats de cette période de test sont très enthousiasmants. En effet, pour un coût relativement modéré, il nous a été possible d'être plus présent sur les réseaux et de sponsoriser des contenus sur une gamme plus large de sujets. En outre, ces contenus ont souvent obtenu proportionnellement de meilleurs résultats que les capsules partenaires avec notamment 4 publications avec un coût pour mille vues inférieur à 1€ ! Seule la première capsule investigation consacrée aux réseaux sociaux a un petit peu moins bien fonctionné mais cela est aussi dû au fait d'avoir testé un autre type de campagne publicitaire avec ces contenus en ciblant plus l'engagement que la notoriété.

Il est également intéressant de noter que certaines capsules sur des sujets potentiellement plus sensibles comme la dépendance ou le planning familial ont été enregistrées de nombreuses fois même si elles ont obtenu un petit peu moins de vues au total. Cela démontre une fois de plus qu'il est important d'aborder des sujets variés qu'il y a plusieurs manières pour un contenu d'obtenir du succès sur les réseaux.

Mois	Post	Indicateurs		Engagement	
Octobre	La dépendance	Budget	50 €	Likes	84
		Impressions	22 421	Commentaires	2
		Couverture	14 993	Enregistrements	7
		CPM	2,23 €	Play	25 013
	L'alcool	Budget	49,21 €	Likes	24
		Impressions	53 038	Commentaires	0
		Couverture	31 016	Enregistrements	1
		CPM	0,93 €	Play	48 434
	Actiris	Budget	50 €	Likes	26
		Impressions	57 092	Commentaires	0
		Couverture	33 160	Enregistrements	2
		CPM	0,88 €	Play	49 605
Novembre	Aides financières pour soins médicaux	Budget	50 €	Likes	26
		Impressions	61 855	Commentaires	0
		Couverture	39 335	Enregistrements	4
		CPM	0,81 €	Play	51 497
	Le rôle des RS dans nos vie (1/2)	Budget	50 €	Likes	58
		Impressions	15 582	Commentaires	0
		Couverture	11 203	Enregistrements	6
		CPM	3,21 €	Play	15 544
	La pilule du lendemain	Budget	50 €	Likes	108
		Impressions	23 407	Commentaires	3
		Couverture	19 134	Enregistrements	6
		CPM	2,13 €	Play	26 196
	Le rôle des RS dans nos vie (2/2)	Budget	50 €	Likes	46
		Impressions	24 120	Commentaires	1
		Couverture	16 248	Enregistrements	7
		CPM	2,07 €	Play	24 485
Décembre	Planning familial	Budget	50 €	Likes	59
		Impressions	19 695	Commentaires	0
		Couverture	14 576	Enregistrements	16
		CPM	2,54 €	Play	21 198
	S'engager dans l'armée	Budget	50 €	Likes	51
		Impressions	55 832	Commentaires	0
		Couverture	53 790	Enregistrements	5
		CPM	1,25 €	Play	39 117
	Différence Météo Climat	Budget	50 €	Likes	19
		Impressions	55 832	Commentaires	0
		Couverture	53 790	Enregistrements	1
		CPM	0,90 €	Play	Photos

\*CPM=coût pour mille impressions

Tableau 10. Compilation des indicateurs de vues des vidéos internes sponsorisées en 2023 pour Instagram (Données internes à Bruxelles-J, 2024).

## 6. 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 quarantaine 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 avait été 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.

Cet objectif avait été atteint en 2022 et nous nous sommes moins focalisés sur ce point en 2023. Cependant nous avons pu continuer à agrandir légèrement notre réseau puisque trois nouveaux points se sont ajoutés en 2023. Bruxelles-J est actuellement 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

	2018	2022	2023	Évolution 2022-2023
Présentoirs distribués	47	54	57	+5.5%

Tableau 11. Evolution du nombre de présentoirs distribués par Bruxelles-J entre 2018 et 2023 (Données internes à Bruxelles-J, 2024)



## Le « school pack »

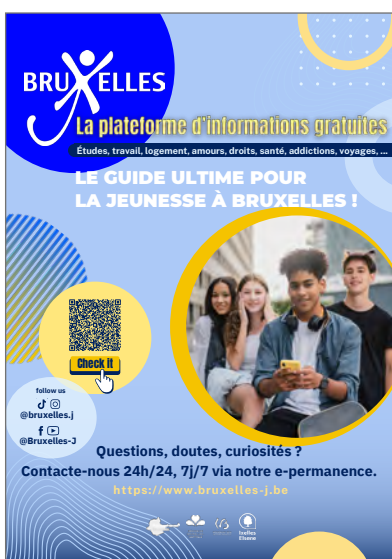
Toujours dans une optique de faire connaître l'outil Bruxelles-J au plus grand nombre, nous avons créé en 2021 un « school pack ». Celui-ci reprenait notre rapport d'activité, une tablette synthétique regroupant les informations essentielles relatives au partenariat et des affiches noir et blanc et couleurs imprimables au format A4 et A3. Les affiches comprenaient un Q/R code permettant d'arriver directement sur le site de Bruxelles-J. En 2021 et 2022, 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 2023, avec l'entrée de Questions Scolaires dans le partenariat, et avec l'aide ponctuelle du SIEP qui nous a permis d'accéder à leur base de données, nous avons pu réaliser un « school pack » à destination de l'ensemble des écoles secondaires en Fédération Wallonie-Bruxelles et un à destination de l'ensemble des écoles primaires et fondamentales.

En outre, nous avons également réalisé une affiche en néerlandais à destination de quelques opérateurs néerlandophones qui nous ont contactés au cours de l'année.



Affiche primaire 2023



Affiche secondaire & supérieur 2023



Affiche secundair & hoger onderwijs 2023

## 7. Activités extérieures

Bruxelles-J a été plutôt actif sur le plan des activités extérieures en 2023. Voici un petit récapitulatif des actions menées

### 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. Dans ce cadre, nous avons participé à plusieurs événements en 2023 :

- **Alnes Holiday (05/05)** : Nous avons participé à la fête du quartier de l'Aulne où sont situés les bureaux de Bruxelles-J.
- **My XL Feest (31/05)** : Nous avons tenu en stand dans le village associatif de la première édition de My XL Feest. L'événement sera reconduit en 2024 dans le quartier Akarova dans le Sud de la commune d'Ixelles.
- **Flagey Holiday (27/07)** : Nous devions être présents sur l'une des après-midis du Flagey Holiday un projet d'animation hebdomadaire centré autour de la place Eugène Flagey durant l'été. Malheureusement, en raison de la météo, l'événement a été annulé.
- **Festival Expressions Urbaines (22/09)** : Nous avons participé au village associatif de l'édition 2023 du Festival Expressions Urbaines.

Nous sommes également membre de la Plateforme Ixelloise du Décrochage Scolaire (PIDS). Toutefois, celle-ci n'a pas organisé de réunion en 2023.



Stand Bruxelles-J à My XL Feest, Place Flagey à Ixelles (31/05/2023)

## Atelier ‘Ta voix, ton choix’ au Parlement Bruxellois

En 2023, l’atelier ‘Ta voix, ton choix’ qui se tient au Parlement Bruxellois a à nouveau eu lieu. 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.

Cette année, en raison d’un conflit d’agenda, Bruxelles-J n’a pas été en mesure d’animer des ateliers avec les écoles néerlandophones présentes. Toutefois, il est déjà prévu que ça soit à nouveau le cas en 2024. En 2023, Bruxelles-J a par contre couvert l’événement et réalisé une capsule vidéo récapitulant les différentes étapes de celui-ci. La capsule a été publiée de façon simultanée sur les comptes Instagram d’Infor-Jeunes Bruxelles et de Bruxelles-J.



Publication Instagram Bruxelles-J  
(Cliquez sur l’image pour visionner le reel)

## Groupe de travail sur la précarité étudiante

Début 2023, nous avons été contactés par le Forum bruxellois de Lutte contre les Inégalités afin de discuter de la précarité étudiante et de la manière dont nous essayons de l’accompagner et d’y répondre au travers du travail d’information mené par Bruxelles-J et ses partenaires. Cette première rencontre a découlé sur la création d’un groupe de travail sur la précarité étudiante regroupant de nombreux opérateurs : Infor-Jeunes Bruxelles, la Street Law Clinic de l’ULB, le CIDJ, le SIEP, la Fédération des CPAS, le Pôle Académique Bruxellois, divers services sociaux de hautes écoles, ...et donc Bruxelles-J.

Ce groupe de travail a permis de nourrir la réflexion et le travail sur les difficultés socio-économiques rencontrées par les étudiants au cours de leur cursus. Mené par le Forum, ce groupe de travail a notamment alimenté différentes choses :

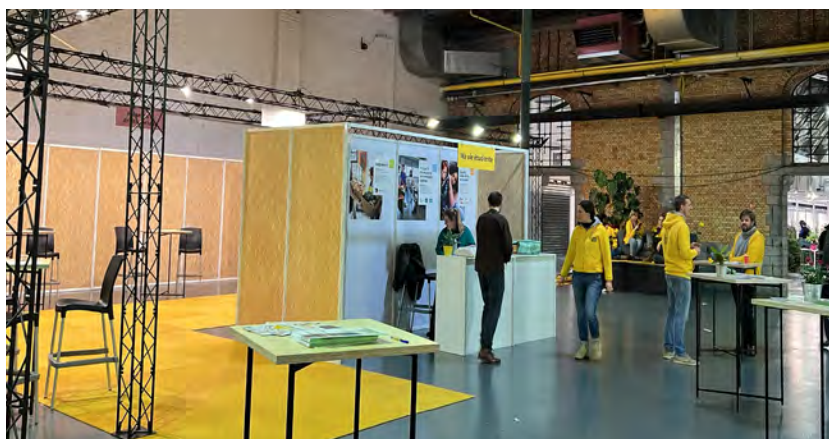
- Un travail de plaidoyer vers le monde politique à propos de la modification des règles en matière d’allocation d’étude.
- Une animation et une mallette pédagogique relative à la vie étudiante en-dehors du cadre scolaire à destination des écoles secondaires.
- La création d’une frise chronologique à destination des étudiants regroupant l’ensemble des échéances importantes en relations avec les allocations d’études.

En outre, c’est de ce groupe de travail qu’a émergé l’idée de créer une section « Ma Vie étudiante » au salon du SIEP. Cette nouvelle zone du salon abordait les difficultés rencontrées et les aides disponibles en lien avec la vie étudiante en-dehors de l’aspect strictement académique : bourse d’étude, logement, job étudiant, CPAS, santé mentale, ...

## Salon du SIEP :

En raison de son réseau diversifié, Bruxelles-J a constitué aux côtés du SIEP, du Forum et de la Street Law Clinique de l'ULB, la petite cellule qui a constitué le panel d'intervenants présents dans la zone « Ma vie étudiante » au Salon du SIEP. Cette zone consacrée à la vie étudiante en-dehors des études a accueilli une large gamme d'opérateurs notamment le CIDJ, Infor Jeunes Bruxelles, Bru-Stars, la Rainbowhouse, la Street Law Clinique, ...

Un stand Bruxelles-J a également été présent durant l'intégralité du salon qui a quant à lui été un grand succès avec près de 20 000 visiteurs. Il est d'ores et déjà prévu de réitérer l'expérience pour le salon SIEP de 2024.



*Stand Bruxelles-J dans la section «Ma Vie Étudiante» au salon SIEP à Tour & Taxi (24-25/11/2023)*

## Animations autour des élections

2024 va être une année électorale importante puisque des élections vont avoir lieu pour l'ensemble des niveaux de pouvoirs : local, régional, fédéral et européen. C'est d'autant plus le cas que pour la première fois les jeunes de 16 à 18 ans auront l'occasion de voter aux élections européennes. Dans ce contexte, nous avons été contactés par différentes écoles afin de voir si nous pouvions proposer des animations sur le sujet.

Info Jeunes Bruxelles, notre partenaire responsable de la section « Exercer ta citoyenneté », étant un petit peu débordé, nous avons, en accord avec eux, pris la responsabilité de répondre favorablement à ces demandes et de créer, sur base des différentes fiches présentes sur le site, une petite animation détaillant le cadre institutionnel belge à destination des écoles secondaires. Une première animation a eu lieu en novembre à l'Athénée Royal de Koekelberg et il n'est pas à exclure que d'autres animations aient lieu en 2024 car différentes écoles ont déjà marqué leur intérêt.



## Formation à l'écriture inclusive à destination de nos partenaires

En raison de son impact négatif sur le référencement, il a été décidé de ne pas implémenter l'écriture inclusive sur Bruxelles-J même si des recommandations ne nuisant pas au référencement ont été ajoutées au vadémécum notamment l'utilisation de mot épiciens.

Afin de palier à cela, nous avons en collaboration avec Alter-Visio offert la possibilité à nos partenaires de participer gratuitement à une formation à l'écriture inclusive dispensée par Alter-Visio. De nombreux partenaires (CIDJ, Iles ASBL, SDJ, ...) ont répondu présents à cette journée de formation qui a été une nouvelle occasion de renforcer les liens entre les membres du partenariat.



Extrait du guide d'écriture inclusive Alter Visio pour Bruxelles-J (p1)



## 8. Projets pour 2024

### Cessation d'activité d'Alter-Visio et recherche d'un nouveau partenaire

Fin 2023, Alter-Visio nous a annoncé à notre grande surprise que l'association allait cesser ses activités dans le courant du premier semestre 2024. Cette annonce a été un petit choc car les liens que nous avons tissés avec Alter-Visio étaient forts. Alter-Visio va continuer à assurer le suivi des fiches jusqu'à fin mars 2024. L'un des premiers chantiers de l'année 2024 va donc être de trouver un nouveau partenaire pour reprendre les fiches gérées par Alter-Visio et éventuellement capable de développer du nouveau contenu pour notre section « Amours & Sexualité ».

Des contacts et des rencontres ont eu lieu avec différents opérateurs et nous espérons rapidement avoir un nouveau partenaire pour ces fiches thématiques. Dans l'éventualité où trouver un partenaire prendrait un petit peu plus de temps, Bruxelles-J assurerait la gestion temporaire des questions sur ces fiches.

### Probable déménagement de Bruxelles-J

Fin décembre 2023, Bruxelles-J a appris par l'entremise de la commune d'Ixelles que Binhôme, le propriétaire du local occupé par Bruxelles-J, souhaiterait voir l'association libérer les lieux afin de permettre à un collectif d'habitants d'occuper les lieux en-dehors des heures de l'école des devoirs. C'est évidemment une très mauvaise nouvelle pour l'association qui occupe gratuitement cet espace depuis de nombreuses années dans le cadre d'une convention d'occupation signée avec la commune d'Ixelles. Trouver une solution avec les autorités locales afin de permettre à Bruxelles-J de trouver un nouveau point de chute va être un des chantiers prioritaires du début de l'année 2024.

### 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 aient fortement augmenté au cours des dernières 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.

L'engagement en juillet 2023 d'une chargée de communication dont c'est la tâche principale a clairement permis à l'association de passer un nouveau palier dans sa communication digitale. Il nous est maintenant possible de poster plus régulièrement du contenu plus travaillé. Il nous est possible de gérer un canal supplémentaire avec notre compte TikTok. Il nous est également possible de développer de nouveaux contenus comme des capsules vidéo en lien avec nos investigations. Enfin, il nous est possible de faire des tests, d'expérimenter des choses car nous postons plus régulièrement du contenu.

L'objectif pour 2024 est de continuer dans cette direction en postant régulièrement du contenu plus travaillé sur les réseaux : souvent en organique mais également plus souvent en sponsorisé même pour de petits montants vu les résultats positifs de 2023. En termes de réseau notre ambition restera

la même, développer petit à petit notre compte TikTok tout en continuant le travail sur notre compte Instagram.

Il est important de noter que notre ambition est également de pouvoir accroître le temps de travail de notre chargée de communication afin de pouvoir atteindre ces objectifs. En 2023, nous l'avons engagée pendant 5 mois en 4/5<sup>ème</sup> temps avant de prolonger ce CDD par un contrat CDI à mi-temps. Ces quelques mois nous ont démontré qu'il y avait bien assez de travail pour un contrat 4/5<sup>ème</sup> ou un temps plein et notre ambition est d'arriver progressivement à cela. Bruxelles-J compterait alors 2,6 ETP.

### **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% en 2022 et de 35% en 2023. L'ambition pour 2024 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 : 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 2024.

### **Développer le site de Brussel-J**

Comme expliqué plus en amont, à l'heure actuelle, le site néerlandophone de Brussel-J est, sur le plan du code et de la technique, un site totalement différent de Bruxelles-J et il n'offre absolument pas les mêmes possibilités : création d'utilisateur, section actus avec filtres, ... Afin notamment que nos partenaires bilingues puissent mettre en ligne du contenu et répondre à des questions en néerlandais s'ils le souhaitent, nous avons lancé le projet de modifier totalement l'architecture du site néerlandophone afin d'en faire un miroir du site francophone. Ce projet est déjà bien avancé et il devrait devenir réalité dans les premiers mois de 2024.

### **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, vie pratique) sont en cours de discussion avec nos partenaires pour 2024.

## 9. Le Partenariat

---

### Les partenaires francophones de Bruxelles-J sont :

- Alter-Visio
- **Bru-Stars (Nouveau !)**
- le CEDIEP
- le CIDJ
- la Cité de Métiers
- Dynamo International Mobilité
- Iles ASBL
- Infor Jeunes Bruxelles
- Le Pélican
- la Plateforme pour le service citoyen
- Questions Scolaires
- le SDJ
- le Service 1819

## 10. 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

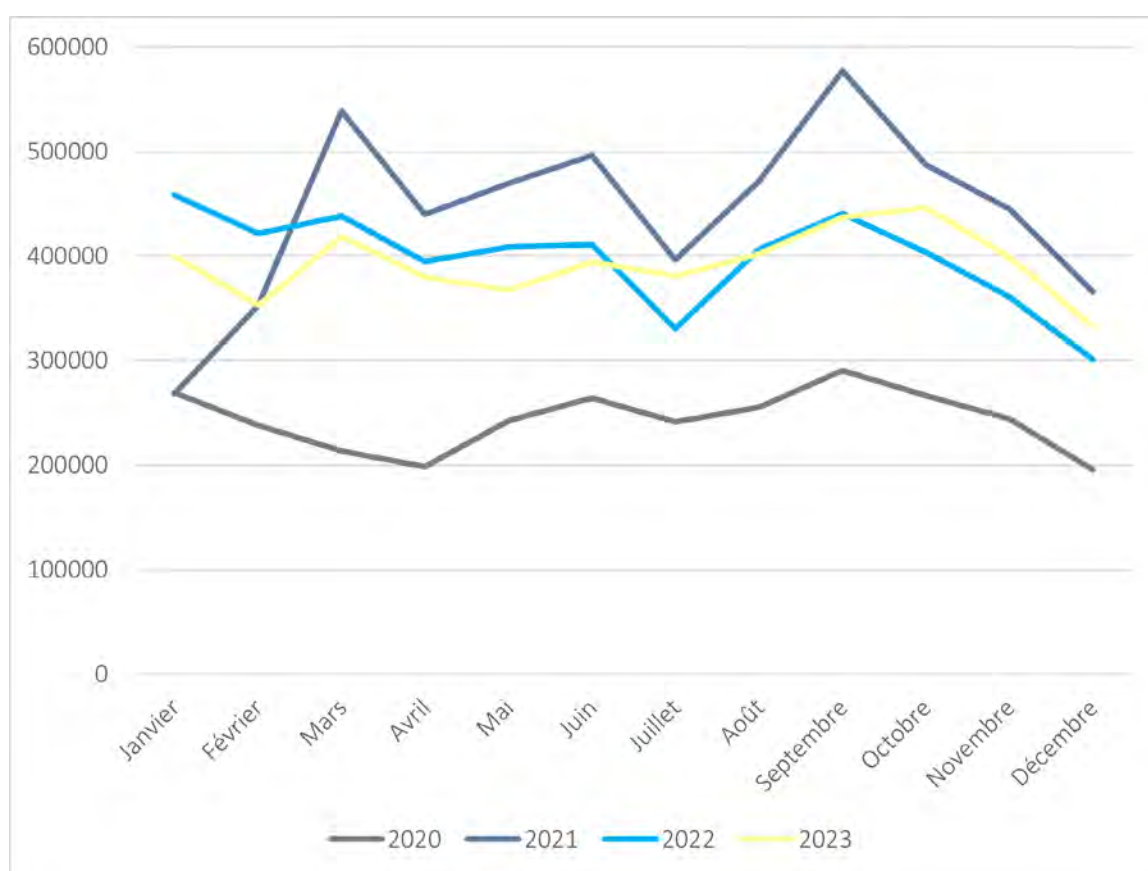
## 11. Les 25 fiches d'information les plus consultées

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

1. Quelles sont les catégories et les montants du revenu d'intégration (RIS) et de l'aide sociale et que se passe-t-il si on a des revenus par ailleurs ?
2. Quels sont les montants des allocations de chômage en Belgique ?
3. Les Hautes Écoles en Belgique francophone
4. Je suis locataire, comment rompre mon bail?
5. **La démission d'un emploi en Belgique: quelle est la durée du préavis ?**
6. La procédure d'équivalence pour étudier en Belgique
7. Étudier en Belgique pour les étrangers hors UE: comment obtenir le visa étudiant ?
8. Les congés européens ou les vacances européennes en Belgique
9. Ton droit au chômage en Belgique : quelles sont les conditions pour en bénéficier ?
10. Entrer dans la police en Belgique
11. Le régime des petites indemnités (RPI)
12. Que fait le CPAS pour les étudiants ?
13. Cannabis : permis ou interdit ?
14. **Absence à l'école: règles et conséquences**
15. Le CPAS et le contrat de travail article 60/61
16. **Je suis locataire, à quelles conditions mon bailleur peut-il mettre fin à mon bail ?**
17. Quels sont les modes de contamination et de dépistage des MST ou IST?
18. **Les obligations alimentaires : comment ça marche ?**
19. Comment savoir si tu es enceinte ?
20. Qu'est-ce que le CESS en Belgique francophone et comment l'obtenir ?
21. Inscription dans l'enseignement supérieur en Belgique francophone
22. **Quel est le salaire minimum en Belgique pour un étudiant ?**
23. La pilule du lendemain et autres contraceptions d'urgence
24. Partir de chez ses parents sans argent: comment obtenir une aide ?
25. **Rechercher un logement à louer à Bruxelles : longue ou courte durée, comment faire ?**

## 12. Les visites sur le site entre 2020 et 2023

En 2022, **4 709 920 pages** ont été consultées sur le site de Bruxelles-J. Cela représente une baisse de 1,36 % par rapport à 2022. Comme déjà évoqué, 2022 et 2023 sont des années relativement similaires en termes de trafic et de pages consultées sur la plateforme. Si, en raison de la situation sanitaire, 2021 avait été une année record avec une augmentation du nombre de pages vues de 81,9%, on constate qu'il n'y a pas eu de retour à la situation d'avant la pandémie. Est-ce l'émergence du monde d'après si souvent évoqué ? Il est sans doute trop tôt pour le dire mais 2022 et 2023 sont deux années où le trafic sur le site a été drastiquement supérieur à celui observé en 2020, 2020 qui avait été en son temps une année record.



\* Projections sur base des données au 30/09/2023 en raison de l'arrêt de Google Universal Analytics.

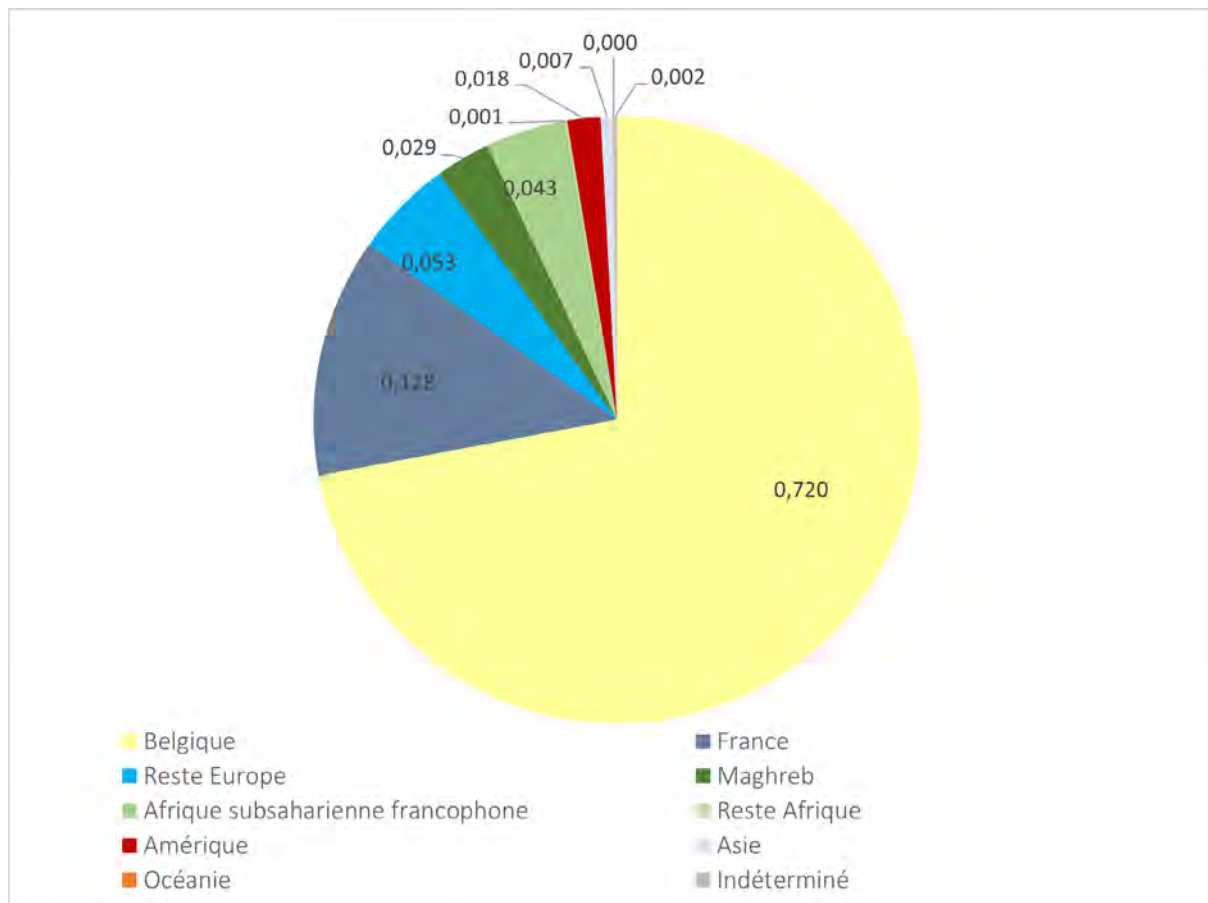
Graphique 1. Comparaison du nombre de pages vues par mois entre 2020 et 2023 (Données issues de Google Analytics Universal, 2024).

En 2023, on identifie toujours les mêmes pics de fréquentation même s'ils sont moins extrêmes qu'en 2021. Le début d'année, la fin de l'année scolaire en mai-juin et la rentrée de septembre ressortent comme d'habitude. On observe à nouveau en 2023 un pic centré sur le mois de mars qui correspond à la sortie de l'hiver. Le retour des beaux jours semble devoir motiver les jeunes à entreprendre des démarches, ce qui engendre un pic de recherche d'information. L'absence de ce pic en 2020 s'explique par le premier confinement qui avait paralysé la société.

Contrairement aux années précédentes, nous n'avons pas observé pas de baisse drastique du trafic au mois de juillet qui est habituellement avec décembre le mois le plus creux de l'année. Nous n'avons pas d'explications précises à cela même si l'on constate que nos campagnes sur les réseaux sociaux ont assez bien fonctionné à cette période.

### 13. 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 (28 %) provient de l'étranger. Sans surprise, la francophonie (France, Maghreb, Afrique de l'Ouest, ...) constitue le gros des utilisateurs étrangers.



Graphique 2. Part des différentes zones géographiques dans le trafic sur le site en 2023 (Données internes issues de Google Analytics, 2024).

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.

En 2023, on constate toutefois un vrai recentrage du trafic sur la Belgique (+ 3,6%). Cette augmentation du trafic national en 2023 fait suite à une augmentation modérée en 2022 (+0,7%) et forte en 2021 (+ 5,35 %). En trois ans, la part du trafic belge dans le trafic total a augmenté de près de 10% ! Il est évident qu'il s'agit là d'une évolution plutôt positive : Bruxelles-J atteint sa cible prioritaire. Les autres tendances sont un léger tassement de la part relative de l'Europe et un recul plus fort de l'Afrique, surtout de l'Afrique subsaharienne. La situation est malgré tout globalement stable en termes d'utilisation de la plateforme à l'international.



Zones géographiques	Part dans le trafic 2022 (%)	Part dans le trafic 2023 (%)	Evolution 2022-2023 (%)
Belgique	68,4 %	72 %	+ 3.6 %
Europe	20 %	18.1 %	-1.9 %
- Dont France	13.5%	12.8 %	-0.7%
Afrique	9.4 %	7.3 %	-2.1%
- Dont Afrique subsaharienne francophone	5.5 %	4.3 %	-1.2 %
- Dont Maghreb	3,7 %	2.9 %	-0.8 %
Amérique	1.5 %	1,8 %	+0.3%
Asie	0.6%	0.7%	+0.1%
Océanie	0.02%	0.01%	-0.01%
Indéterminé	1.5%	0.05%	-0.03%

Tableau 12. Evolution de la part relative des différentes zones géographiques entre 2022 et 2023 (Données internes issues de Google Analytics, 2024).

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 2023, les utilisateurs Bruxellois ont représenté 38,8 % du trafic national sur la plateforme. Il s'agit là d'un léger tassement de 1,5 % par rapport à 2022. Après un recul de 9% en 2022, la part relative de la Région de Bruxelles-Capitale dans le trafic national a donc légèrement reculé ces deux dernières années. Toutefois, il n'y a pas de raison de s'inquiéter puisqu'en nombres absolus, le trafic bruxellois a augmenté en 2023 avec 777 293 utilisations.

L'évolution du trafic issu des autres entités fédérées pose quant à elle beaucoup plus de questions. En effet, alors que le trafic issu de Flandre avait déjà augmenté de près de 200 000 utilisations en 2022 (+11%), il en va de même cette année avec une nouvelle hausse de près de 200 000 utilisations (+8,3%). A l'inverse, le trafic issu de Région Wallonne affiche un léger recul (-5,9%). Il résulte de cela qu'en 2023 le trafic sur la plateforme issu de Flandre est supérieur au trafic issu de Wallonie ! Il est évident que cela interroge sur une plateforme d'information francophone. D'autant plus que, si on observe une augmentation du trafic sur la plateforme néerlandophone, il ne s'agit pas des mêmes ordres de grandeurs et on ne peut pas imaginer qu'il s'agisse simplement de transfert depuis le site de Brussel-J.

Région	2022		2023		Évolution
	Effectif	%	Effectif	%	
Région Bruxelloise	761 777	40,3 %	777 293*	38,8 %	-1,5 %
Wallonie	612 368	32,4 %	530 361*	26,5 %	-5,9 %
Flandre	404 443	21,4 %	594 081*	29,7 %	+8,3 %
Indéterminé	112 121	5,9 %	100 593*	5 %	-0,9 %
<b>TOTAL</b>	<b>1 890 709</b>	<b>100 %</b>	<b>2 002 329*</b>	<b>100 %</b>	<b>/</b>

\* Projections sur base des données au 30/09/2023 en raison de l'arrêt de Google Universal Analytics.

Tableau 13. Evolution de la part des différentes régions dans le trafic national sur le site de Bruxelles-J entre 2022 et 2023 (Données internes issues de Google Analytics, 2024).

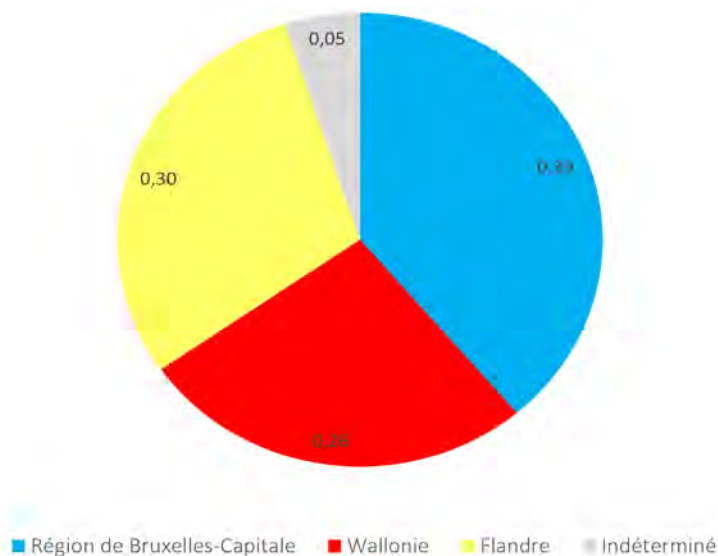
Comment dès lors expliquer cette évolution du trafic national sur notre plateforme d'information en ligne ? Dans un premier temps, nous avons également consulté les données géographiques fournies par Google Analytics 4 afin de voir si elles présentaient un profil différent. Mais, tant sur le plan national qu'international, les données issues de Google Analytics 4 sont assez similaires à celles fournies par Universal Analytics. Si là, la Wallonie demeure au-dessus de la Flandre avec 28,7% du trafic national contre 27,8% pour le Nord du pays, c'est d'une courte tête. D'un côté comme de l'autre, il est évident que le trafic issu de Flandre croît fortement et tant à rattraper celui issu de Wallonie, qui lui se tasse un peu.

	Nombre total de communes	Universal Analytics		Google Analytics 4	
		Nombre	Taux de couverture	Nombre	Taux de couverture
Région bruxelloise	19	15	78.9%	14	73.7%
Flandre	300	254	84.7%	236	78.7%
Wallonie	262	100	38.2%	100	38.2%

Tableau 14. Comparaison du taux de couverture des communes belges par région en 2023 (Données internes issues de Google Analytics, 2024).

Nous n'avons pas d'explications précises expliquant l'évolution contrastée du trafic entre les différentes entités fédérées : relative stabilité à Bruxelles (+2 %), baisse modérée en Wallonie (-13,4 %) et explosion en Flandre (+46,9 %). Toutefois, le taux de couverture que nous avons calculé pour les différentes entités fédérées nous interroge. Ce taux de couverture est le rapport entre le nombre de communes différentes répertoriées dans nos statistiques et le nombre total de communes par entité fédérée. Alors que Bruxelles-J aurait des utilisateurs dans près de 85% des communes flamandes, ce chiffre tomberait sous les 80% à Bruxelles, avant de s'effondrer et de tomber sous les 40% en Wallonie.

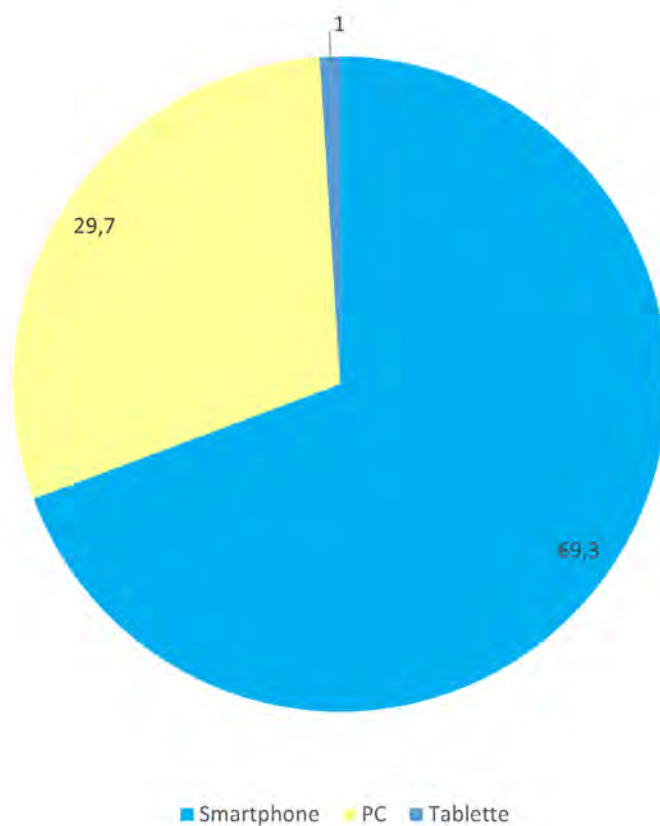
Ces chiffres sont troublants... Il est peu crédible que nous n'ayons eu que 8 utilisateurs à Saint-Gilles en 2023 et aucun à Saint-Josse mais plus de 18 000 à Ixelles ou 21 000 à Uccle. Si pour la Région de Bruxelles-Capitale, on peut supposer que beaucoup d'utilisateurs de différentes communes sont regroupés sous le label « Bruxelles » qui comptait plus de 400 000 utilisateurs au 30 septembre 2023, cela n'explique pas la différence de taux de couverture entre Flandre et Wallonie. Nous allons investiguer la question dans les semaines et mois à venir afin d'essayer de trouver une explication à ce différentiel régional. Nous n'avons pas à l'heure actuelle d'explication à l'explosion du trafic en provenance du Nord du pays.



Graphique 3. Part des différentes régions dans le trafic national sur le site de Bruxelles-J en 2023 (Données internes issues de Google Analytics, 2024).

## 14. Les outils de navigation

La proportion des différents outils de navigation est relativement stable depuis plusieurs années. La lente érosion de la part des tablettes (-0,15 %) se poursuit. La part des ordinateurs (- 2,2 %) recule à nouveau après avoir été relativement stable durant la période du Covid, probablement car les gens étaient beaucoup chez eux. Les smartphones (+ 2,4 %) demeurent l'outil préférentiel pour consulter Bruxelles-J. 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. Pour le reste, les ordinateurs demeurent une part importante du trafic sur le site et ils ne peuvent pas être totalement négligés.



Graphique 4. Part des différents outils de navigation dans le trafic du site en 2023 (Données internes issues de Google Analytics, 2024).

## 15. Données démographiques partielles

Fin 2020, avec le changement de direction 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 (26,1 %). Par conséquent, elles ont une dimension indicative mais elles ne sont pas statistiquement représentatives.

### Classes d'âges

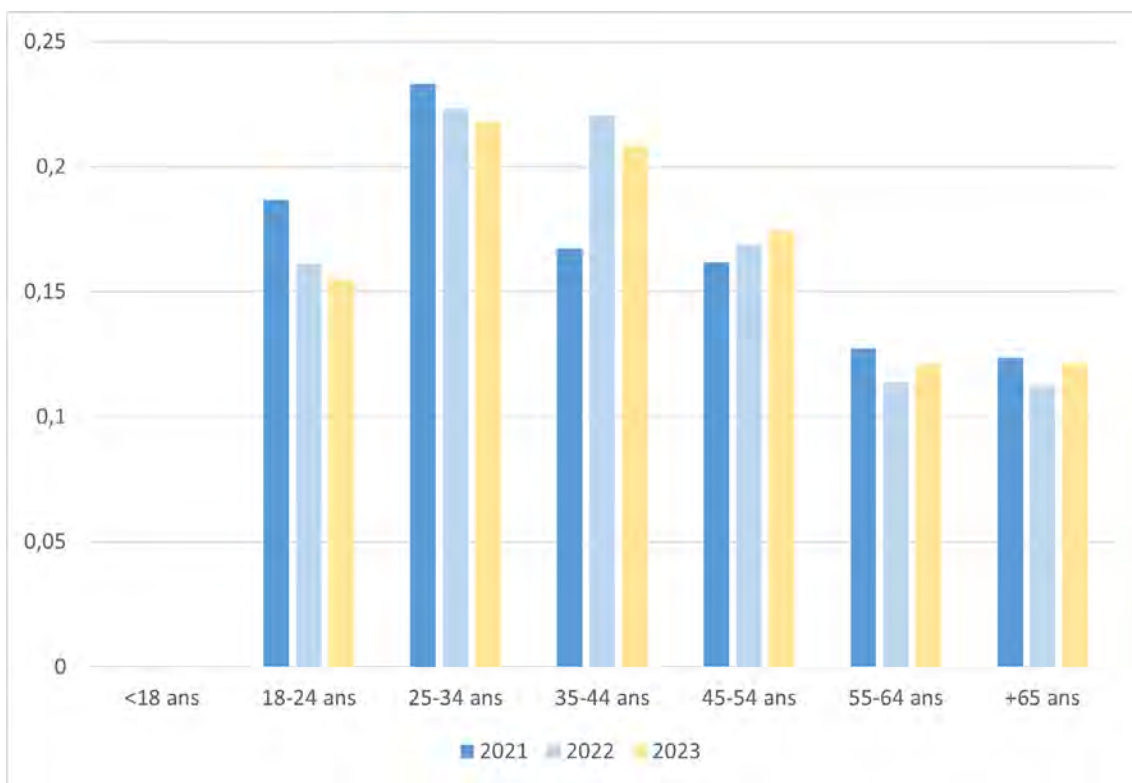
Les données sur les catégories d'âges sont basées sur **26,1 %** des utilisateurs du site de Bruxelles-J.

Classes d'âge	2021	2022	2023
<18 ans	<i>Récolte de données interdites sur les mineurs</i>		
18-24 ans	18,68 %	16.12%	15.5%
25-34 ans	23,31 %	22.31%	21.8%
35-44 ans	16,74 %	22.06 %	20.84%
45-54 ans	16,18 %	16.89 %	17.47%
55-64 ans	12,73 %	11,41 %	12.13%
+65 ans	12,36 %	11,23 %	12.18%

Tableau 15. Part des différentes classes d'âges dans le trafic sur le site de Bruxelles-J (Données partielles) (Données internes issues de Google Analytics, 2024).

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 représentent 58,1 % du trafic sur la plateforme. On constate toutefois également une hausse légère de la part des 45-54 ans au cours des 3 dernières années sans que l'on puisse dire s'il s'agit de parents ou de personnes en quête d'informations pour elles-mêmes.

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.



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, 2024).

## Répartitions par sexes :

Les données sur le sexe des utilisateurs sont basées sur **26,22 %** des utilisateurs du site de Bruxelles-J.

	2021	2022	2023
Femmes	58,1 %	52,8 %	53,2%
Hommes	41,9 %	47,2 %	46,8%

Tableau 16. Répartition par sexes du trafic sur le site de Bruxelles-J (Données partielles) (Données internes issues de Google Analytics, 2024).

Comme chaque année, on observe en 2023 une surreprésentation des femmes au sein de nos utilisateurs. 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.

## Données démographiques de nos réseaux sociaux :

Comme pour le site de Bruxelles-J, la récolte de données sur les mineurs est interdite.

Classes d'âge	Facebook	Instagram	TikTok
<18 ans	<i>Récolte de données interdites sur les mineurs</i>		
18-24 ans	13.2 %	15.6%	50%*
25-34 ans	42.1 %	54.6%	23%*
35-44 ans	22 %	17.3 %	16%*
45-54 ans	12 %	8.1 %	5%*
55-64 ans	60.4%	2.5 %	6%*
+65 ans	4.3 %	1.9 %	

*\*Données uniquement disponible sur les deux derniers mois.*

*Tableau 17. Part des différentes classes d'âges dans notre audience sur les différents réseaux sociaux (Données internes à Bruxelles-J, 2024*

Ces chiffres confirment très clairement qu'investir les réseaux sociaux est une démarche importante et pertinente pour une plateforme d'information en ligne à destination jeunes comme la nôtre. En effet, même sur Facebook, le réseau social le plus vieux, nous touchons plus de 55% de moins de 35 ans. Notre audience sur les réseaux sociaux est statistiquement plus jeune que sur notre site web.

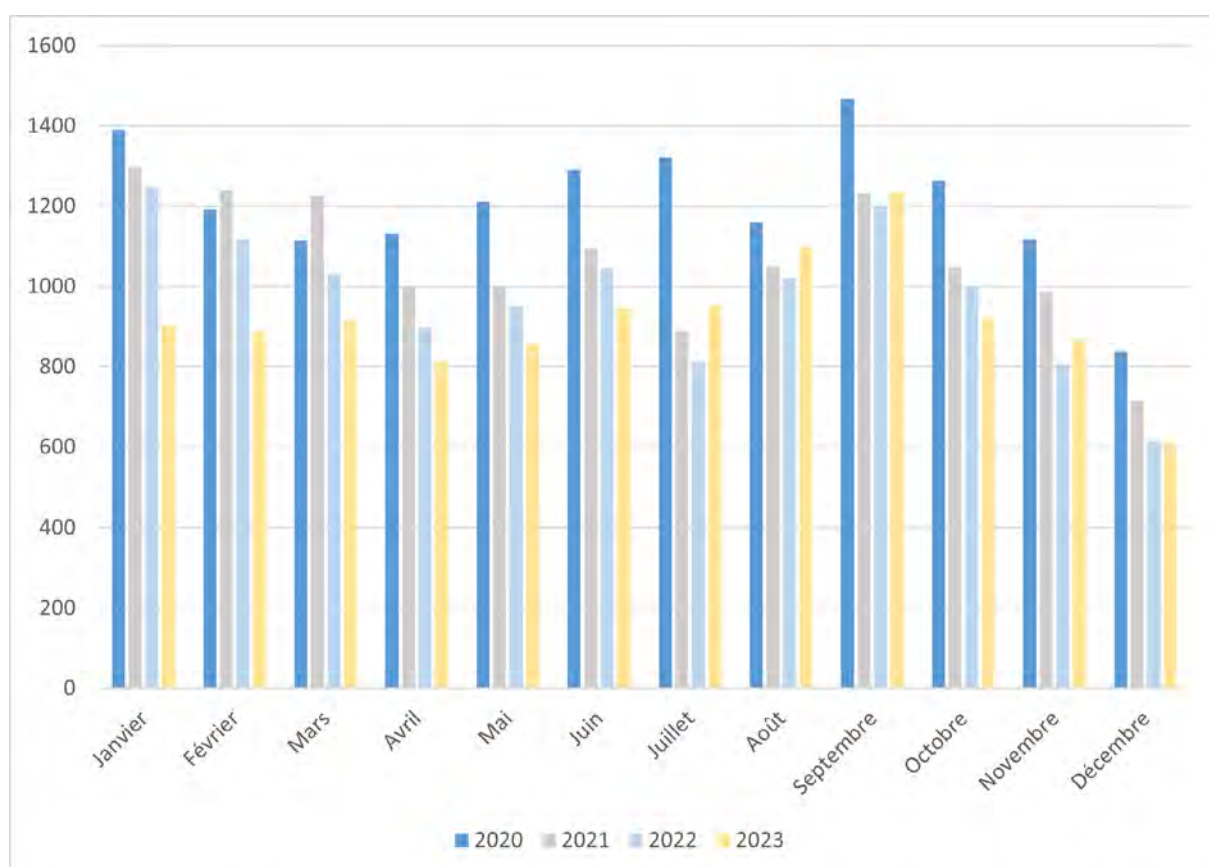
Par ailleurs, le choix de concentrer notre budget publicitaire sur Instagram et TikTok se justifie pleinement au vu de ces données. Plus de 70% de notre audience sur ces deux plateformes correspond à notre cœur de cible des adultes entre 18 et 35 ans avec une répartition inversée entre les deux plateformes : on touche les 18-24 ans majoritairement sur TikTok et les 25-34 ans sur Instagram. Par conséquent, il nous semble important de continuer dans cette direction et de continuer à renforcer notre présence sur ces deux plateformes.

## 16. Les demandes d'information en 2023

Cette année Bruxelles-J et ses partenaires ont traité **11 000 questions**. En 2022, nous avons traité 11 742 questions. Cela représente donc une diminution de 6,3 % 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), de 12,5 % en

2021 (2000 questions en moins) et de 1000 questions en 2022, la baisse observée cette année, 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.

En termes d'évolution mensuelle, il nous semble qu'on voit l'effet du travail effectué sur le site web au cours de cette année. Mise en place des recommandations issues de l'analyse SEO, amélioration de la compatibilité mobile, ... Alors que le nombre de questions était plutôt faible en début d'année (même si le confinement était encore partiellement présent début 2022), Bruxelles-J a plutôt bien fini l'année : à partir de juillet, nous sommes quasiment systématiquement au-dessus de 2022, et même au-dessus de 2021 entre juillet et septembre !

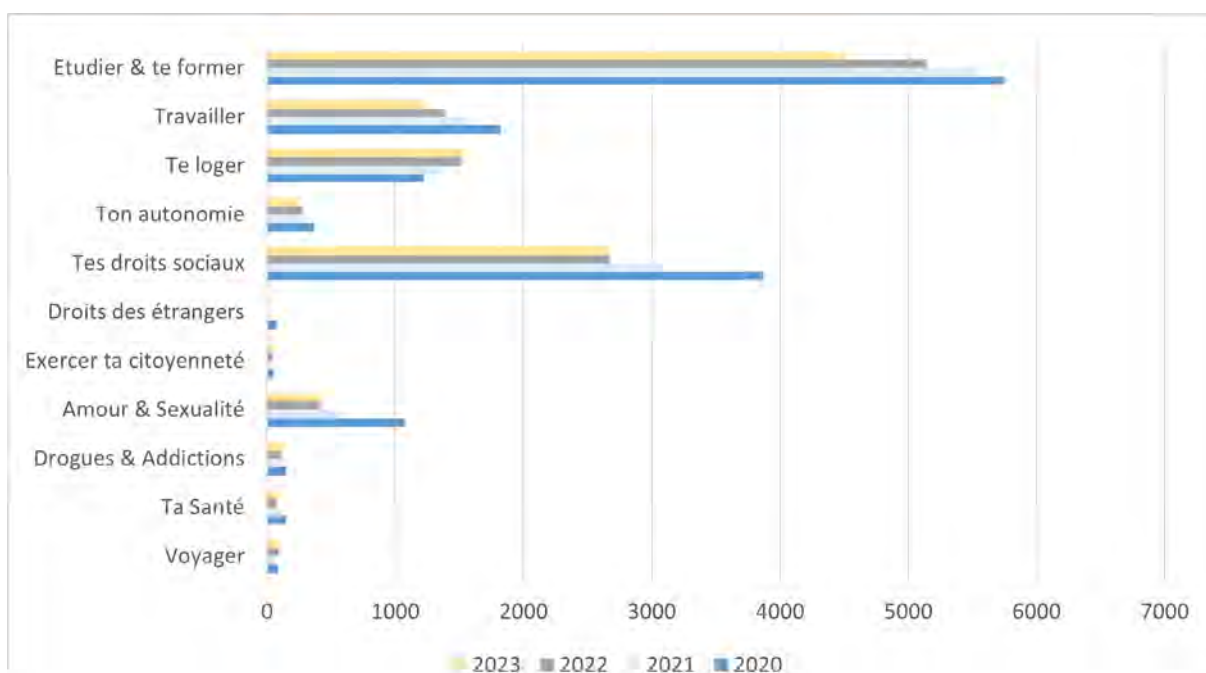


Graphique 6. Comparaison de l'évolution mensuelle du nombre de demandes d'information entre 2020 et 2023 (Données internes à Bruxelles-J, 2024).



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.

Comme lors des années précédentes, les questions posées sur notre site concernent majoritairement la thématique « **Etudier & te former** » qui comptabilise à elle seule plus de 4000 questions, suivie de « **Droits sociaux** » avec plus de 2000 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. En gros, les thématiques « Etudier & te former », « Ton autonomie » et « Travailler » sont celles où on observe un recul. Sur l'ensemble des autres thématiques, on fait aussi bien qu'en 2022 ou mieux.



Graphique 7. Comparaison entre 2020 et 2023 du nombre de demandes d'information par thématiques (Données internes à Bruxelles-J, 2024).

## CONCLUSION

2023 a été l'année de la confirmation de l'émergence d'un « monde d'après ». En effet, le trafic sur la plateforme en 2023 est resté d'un niveau similaire à 2022, légèrement en retrait par rapport à 2021 mais nettement au-dessus de 2020 et des années précédentes. Il semble ne pas devoir y avoir rapidement de retour en arrière. Cela confirme que Bruxelles-J est petit à petit identifié comme une 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 une des plateformes en ligne d'information jeunesse la plus importantes du pays, a minima pour la partie francophone.

2023 a pour le reste été une année placée sous le signe de la continuité des actions entamée en 2022. Nouveau format pour nos investigations, amélioration de notre communication sur les réseaux sociaux, prolongation de la nouvelle dynamique du versant néerlandophone du site, toutes ces actions se sont développées tout au long de l'année. L'événement marquant de 2023 est évidemment l'engagement d'une chargée de communication qui a permis d'agrandir l'équipe de Bruxelles-J, de rééquilibrer la charge de travail au sein de l'équipe et d'ouvrir des perspectives de travail très intéressantes pour le futur. L'autre événement majeur de 2023 est l'élargissement du partenariat à un treizième partenaire, Bru-Stars, qui va permettre à Bruxelles-J de développer un volet au cœur de l'actualité depuis quelques temps : la santé mentale chez les jeunes.,

Dans un contexte général mouvant avec l'émergence progressive de l'intelligence artificielle, Bruxelles-J semble encore avoir au moins pour un temps les capacités de jouer un rôle important dans l'informations des jeunes de Bruxelles et d'ailleurs. Pour se faire, Bruxelles-J se devra de rester en mouvement. Continuer à améliorer notre présence sur les réseaux sociaux, appréhender les grands changements qui arrivent sur certaines thématiques avec notamment l'entrée en vigueur du décret paysage, remplacer Alter-Visio dont la cessation prochaine des activités est actée, les chantiers pour 2024 sont nombreux et Bruxelles-J et ses partenaires sont motivés à l'idée de s'y attaquer !

## Index des figures

P5 : Tableau 1. Évolution du trafic sur le site de Bruxelles-J entre 2015 et 2023

P6 : Tableau 2. Évolution du trafic sur le site de Bruxelles-J entre 2021 et 2023

P8 : Tableau 3. Nombre de commentaires postés sur le site en 2022 et 2023

P9 : Tableau 4. Tableau 4. Evolution du trafic sur le site de Brussel-J entre 2021, 2022 et 2023

P12 : Tableau 5. Évolution du trafic de la section actualités du site entre 2021 et 2023

P13 : Tableau 6. Fiches créées sur le site en 2023

P17 : Tableau 7. Suivi de l'évolution de la présence de Bruxelles-J sur les réseaux sociaux

P19 : Tableau 8. Compilation des indicateurs de vues des vidéos des campagnes en 2023 pour Tiktok et Snapchat

P20 : Tableau 9. Compilation des indicateurs de vues des vidéos des campagnes en 2023 pour Instagram

P22 : Tableau 10. Compilation des indicateurs de vues des vidéos internes sponsorisées en 2023 pour Instagram

P22 : Tableau 11. Évolution du nombre de présentoirs distribués par Bruxelles-J entre 2018 et 2023

P23 : Tableau 11. Evolution du nombre de présentoirs distribués par Bruxelles-J entre 2018 et 2023

P33 : Graphique 1. Comparaison du nombre de pages vues par mois entre 2020 et 2023

P33 : Graphique 2. Part des différentes zones géographiques dans le trafic sur le site en 2023

P35 Tableau 12. Evolution de la part relative des différentes zones géographique entre 2022 et 2023

P35 : Tableau 13. Evolution de la part des différentes régions dans le trafic national sur le site de Bruxelles-J entre 2022 et 2023

P36 : Tableau 14. Comparaison du taux de couverture des communes belges par région en 2023

P36 : Graphique 3. Part des différentes régions dans le trafic national sur le site de Bruxelles-J en 2023

P37 : Graphique 4. Part des différents outils de navigation dans le trafic du site en 2023

P38 : Tableau 15. Part des différentes classes d'âges dans le trafic sur le site de Bruxelles-J

P39 : Graphique 5. Part des différentes classes d'âges dans le trafic sur le site de Bruxelles-J

P39 : Tableau 16. Répartition par sexes du trafic sur le site de Bruxelles-J

P40 : Tableau 17. Part des différentes classes d'âges dans notre audience sur les différents réseaux sociaux

P41 : Graphique 6. Comparaison de l'évolution mensuelle du nombre de demandes d'information entre 2020 et 2023

P42 : Graphique 7. Comparaison entre 2020 et 2023 du nombre de demandes d'information par thématiques

**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:**

