

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2024



www.bruxelles-j.be

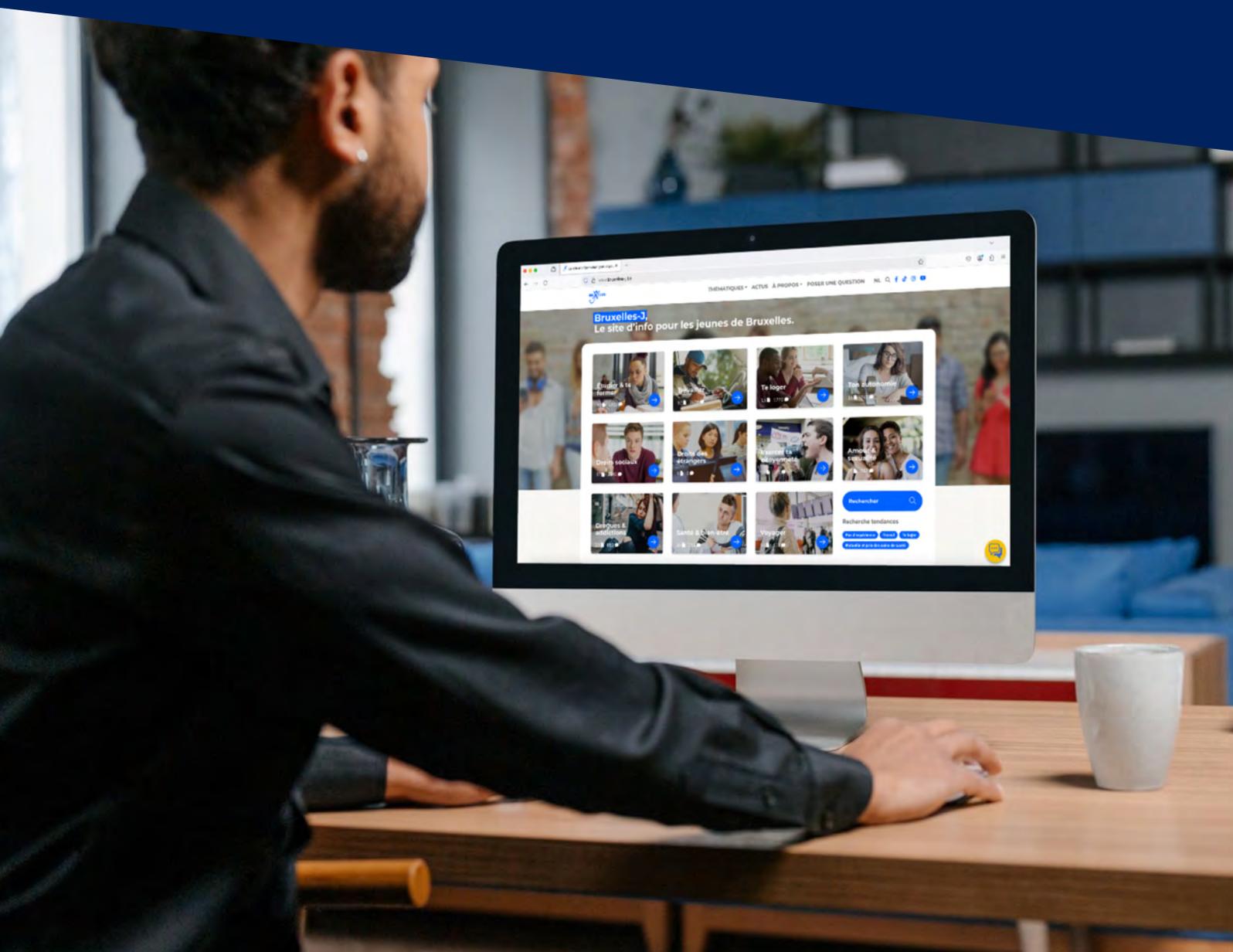


Table des matières

Introduction	3
1. Une année record sur certains plans	5
La difficile continuité historique des relevés :	5
Le site de Bruxelles-J	6
Les questions posées sur la plateforme :	8
La vision globale :	10
Le site Brussel-J, « wegwijzer voor jongeren in Brussel »	10
2. Un déménagement un peu inattendu :	12
3. L'évolution de l'équipe	13
4. L'évolution du contenu de la plateforme	14
Les « Investigations », un focus sur l'environnement :	14
Une section actus en croissance forte :	15
Accueil d'un nouveau partenaire, la FCPPF :	15
Mise à jour constante des dossiers d'information :	16
5. Communication numérique :	18
L'engagement sur les réseaux :	19
Les capsules « partenaires » :	20
Présence en ligne et lien avec le site web de Bruxelles-J :	23
6. Communication papier	24
Nos présentoirs avec 12 brochures thématiques	24
Le « School Pack »	24
7. Activités extérieures :	25
Concertation Ixelloise de la Jeunesse	25
Atelier 'Ta voix, ton choix' au Parlement Bruxellois	25
Séance d'information à l'attention des jeunes de l'Union Saint-Gilloise	25
Groupe de travail sur la précarité étudiante	26
Salon du SIEP :	26
Brussels International Jobfair d'Actiris	26
8. Projets pour 2025	27
Un nouveau site web pour Bruxelles-J :	27
Développement de nouvelles synergies à Auderghem :	28
Prolongement de notre action sur les actualités en français et en néerlandais :	28
Développer le site de Brussel-J	28
Evolution du plan annuel de communication :	28
Création de nouvelles fiches d'information	29
Développement d'animations sur l'éducation aux médias	29
9. Le partenariat	30
10. Jeugd informatie in het Nederlands	30
11. Les 25 pages les plus consultées en 2024	31
12. Les visites sur le site entre 2020 et 2024	32
13. L'origine géographique de nos utilisateurs	33
14. Les outils de navigation	36
15. Données démographiques partielles	37
Classes d'âges sur la plateforme :	37
Classes d'âges sur nos réseaux sociaux :	38
Répartitions par sexes :	39
16. Les demandes d'informations en 2024	40
Conclusion	42
Index des figures	43

INTRODUCTION

En novembre 2024, nous avons reçu cette question d'Ibrahim sur notre adresse de messagerie générale...et elle nous a interpellé. Elle nous a rassurés peut-être aussi un petit peu. A l'heure où l'intelligence artificielle prend de plus en plus de place dans nos conversations, alors que la Chine lance Deepseek pour concurrencer ChatGPT, et que certains oracles technologiques nous annoncent que les algorithmes vont remplacer l'homme dans énormément de champs d'activité de nos sociétés, le travail humain semble encore avoir une valeur ajoutée aux yeux de la population. La capacité d'écoute, l'empathie, la chaleur, la fraternité, ...sont autant de dimensions essentielles du travail d'information jeunesse qui n'ont pas encore été artificialisées.

<p>Quelle est ta question ?</p> <p>J'aimerais juste savoir est-ce une intelligence artificielle qui répond à nos questions ou est-ce un humain svp ??</p>
<p>Ton pseudonyme</p> <p>Ibrahim</p>

Figure 1. Question d'Ibrahim reçue le 4 novembre 2024.

Pour autant, il faut vivre avec son temps. Cela n'aurait aucun sens de rejeter les avancées technologiques, ou de faire comme si elles n'existaient pas. L'ambition de Bruxelles-J a toujours été d'être à la croisée des chemins, de faire le lien entre avancées techniques et travail social plus traditionnel. Au travers d'un outil technologique, une plateforme web, l'objectif est de faciliter la circulation de l'information et la mise en contact de jeunes en quête d'information avec des professionnels du secteur...des êtres de chair et de sang qui peuvent les écouter, les comprendre et donner une réponse humaine à des situations souvent complexes et parfois difficiles.

Bruxelles-J n'a pas vocation à se substituer au travail social traditionnel. L'objectif est plutôt de se placer en amont. De chez soi, en une recherche Google et quelques clics, les jeunes peuvent obtenir une information neutre et de qualité. Ils peuvent poser leur question et obtenir une réponse d'un professionnel compétent dans un délai court. Pour certains, plus autonomes, cela sera suffisant. Pour d'autres, cette première prise de contact permettra de rassurer et d'aiguiller. Elle les aidera à pousser la porte d'une permanence, d'un planning familial, d'un organisme de formation, d'un service public, ...

Obtenir des informations de chez soi, sans se déplacer, en quelques clics sur son smartphone, c'est devenu la norme depuis quelques années. 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. Les chiffres de fréquentation de Bruxelles-J le confirment... Après la forte hausse de 2021, le trafic n'est jamais revenu à un niveau pré-pandémie et 2024 est même sur certains aspects une année record...

Nous le détaillerons plus loin dans ce rapport. Cela confirme une fois de plus la pertinence actuelle d'une plateforme d'information en ligne accessible anonymement 7 jours sur 7 et 24 heures sur 24.

Ces chiffres de fréquentation nous réjouissent car l'année de Bruxelles-J a été émaillée de nombreux défis. Fin 2023, nous avons appris consécutivement qu'Alter-Visio, membre du partenariat depuis 2013, cessait ses activités et que nous allions devoir déménager et quitter nos locaux Rue Juliette Wytsman à Ixelles, que nous occupions depuis près de 20 ans !

Trouver un nouveau partenaire pour reprendre la section EVRAS de la plateforme et trouver des nouveaux locaux, tout ça lors d'une année électorale sans précédent en Belgique, ces défis ont évidemment demandé du temps et de l'énergie qui ont pu ponctuellement éloigner l'équipe de Bruxelles-J de sa mission principale : l'information des jeunes de Bruxelles et d'ailleurs. Mais Bruxelles-J a gardé le cap ! La Fédération des Centres Pluralistes de Planning Familial (FCPPF) a rejoint le partenariat et repris l'ensemble des fiches d'Alter-Visio ainsi qu'une partie des fiches EVRAS d'Infor-Jeunes Bruxelles. Bruxelles-J a trouvé des nouveaux locaux au sein de la Maison de la Prévention de la Commune d'Auderghem et ce déménagement a ouvert des perspectives nouvelles pour créer des liens avec le tissu local : écoles, services communaux, ... Nous avons fini l'année 2024 avec la sensation d'être mieux armés pour relever les défis à venir en matière d'information à destination des jeunes.

En marge de ces défis relevés, Bruxelles-J a aussi de belles réalisations en 2024. Tout d'abord, sur les réseaux sociaux, où les comptes du partenariat ont vu leur audience fortement évoluer cette année. Avec plus de 2000 followers sur Instagram et pratiquement 6 000 sur Tik Tok, Bruxelles-J commence à avoir une vraie audience sur les réseaux sociaux. Plusieurs vidéos sont devenues virales cette année et ont été visionnées plus de 200 000 fois sur Tik Tok. Ce déploiement sur les différents réseaux sociaux est devenu essentiel pour toucher les plus jeunes générations (15-24 ans). Nous y reviendrons.

Parallèlement, Bruxelles-J et ses partenaires ont continué à étoffer le contenu présent sur la plateforme cette année en créant pas moins de 26 nouvelles fiches thématiques. Ce travail constant de mise à jour et de création de contenus permet de rester en contact avec les préoccupations des jeunes qui peuvent partiellement évoluer avec le temps. En marge de ce travail de création de contenu à proprement parler, un grand travail de traduction s'est mis en place cette année avec nos partenaires bilingues afin de développer plus largement notre versant néerlandophone Brussel-J. La Plateforme pour le Service Citoyen, Hub.brussels, Bru-Stars et bientôt la Cité des Métiers vont à termes proposer exactement la même quantité d'information et le même service dans les deux langues nationales.

Enfin, comme chaque année, Bruxelles-J a participé à divers événements en lien avec l'information de la jeunesse bruxelloises : atelier « Ta voix, ton choix » au parlement bruxellois en mars en collaboration avec Infor Jeunes Bruxelles, fête de la jeunesse d'Ixelles en mai, salon du SIEP en novembre pour ne citer que les plus importants.

Alors que les nouvelles majorités gouvernementales à tous les niveaux de pouvoir annoncent de très nombreux changements législatifs, 2025 semble devoir être une année où de nombreuses thématiques risquent de générer un besoin accru d'information. 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. Il faudra toutefois pour cela que la Région de Bruxelles-Capitale se dote d'un gouvernement désireux de continuer à soutenir le travail de fond fourni par Bruxelles-J et ses partenaires depuis 29 ans!

1. Une année record sur certains plans

La difficile continuité historique des relevés :

Le site web de Bruxelles-J existe depuis 1996 : une ère où internet était très différent de ce qu'il est devenu aujourd'hui. Evidemment, à cette époque, les outils de suivi du trafic sur la plateforme n'existaient pas ou étaient seulement balbutiant. On ne sait donc pas remonter aux origines de Bruxelles-J pour voir comment le trafic sur la plateforme a évolué de 1996 à nos jours. C'est d'autant plus vrai que le site a connu plusieurs versions au cours de son histoire. Toutefois, avec l'émergence de Google Universal Analytics dans le courant des années 2010, Bruxelles-J a disposé pendant 10 ans d'un outil permettant de monitorer l'évolution du nombre d'utilisateurs de la plateforme fiable d'une année à l'autre.

Fin 2023, pour diverses raisons, notamment une meilleure prise en compte de la réglementation européenne sur la protection des données personnelles (RGPD), Universal Analytics a cessé de fonctionner et a été remplacé par Google Analytics 4. Ce changement avait été annoncé de longue date et Bruxelles-J a dès 2021 installé le traceur d'Analytics 4 sur sa plateforme.

Toutefois, ce changement représente une rupture de continuité historique majeure. Car, et c'est la difficulté principale, dans un souci de respect accru de la vie privée des utilisateurs, ces deux outils ne comptent pas du tout de la même manière les utilisateurs et ils fournissent des données relatives au trafic totalement différentes. De ce fait, les données Google Analytics 4 ne peuvent pas être comparées telles quelles aux données Universal Analytics. Cela représente une perte de profondeur historique majeure puisqu'avec Analytics 4 nous ne disposons de relevés complets sur une année qu'à partir de 2022.

Le choix opéré dans ce rapport a donc été de présenter majoritairement les chiffres Google Analytics 4 mais également, pour certaines données essentielles, de présenter une simulation des données qu'aurait livré Google Universal Analytics sur base du rapport entre ces deux systèmes de relevés en 2022. 2022 étant la seule année où nous disposons de données sur l'ensemble de l'année dans les deux systèmes de mesure. Si ces simulations sont évidemment un objet théorique, elles ont le mérite de nous permettre un peu de continuité historique afin de pouvoir mettre en perspective le travail de Bruxelles-J sur une période plus longue que 2 ans. Bien que cette solution ne soit pas idéale, il nous semble difficile d'en faire l'économie au moins pour quelques années.

Le site de Bruxelles-J

Depuis la pandémie de Covid-19, on observe grosso modo la même tendance sur la plateforme de Bruxelles-J : à savoir un niveau de trafic très élevé et sans commune mesure avec la situation d'avant la pandémie. En 2024, Google Analytics 4 a ainsi enregistré un record de 1 933 716 utilisations de la plateforme, soit une augmentation du trafic de 11% par rapport à 2023. Transposé en données Universal Analytics, cela donne 2 943 685 utilisations, ce qui fait de 2024 une année record, dépassant même la marque de 2021 à une époque où beaucoup d'institutions n'étaient pas accessibles en présentiel.

		2015	2019	2021	2022	2023	2024	De 2023 à 2024	De 2015/2022 à 2024
UA	Visiteurs	938 673	2 159 172	2 905 287	2 764 661	2 779 293*	2 943 685***	+5,91 %	+213,60 %
	Visiteurs uniques	658 499	1 605 758	2 232 799	2 151 050	2 205 016*	1 935 162***	-12,24 %	+193,87 %
	Pages vues	1 478 559	2 842 645	5 307 733	4 775 033	4 709 920*	4 526 287***	-3,90 %	+206,13 %
GA4	Visiteurs	/	/	848 581**	1 816 114	1 741 766	1 933 716	+11,02 %	+6,48 %
	Visiteurs avec engagement	/	/	/	982 010	1 398 096	1 831 278	+30,98 %	+86,48 %
	Visiteurs uniques	/	/	1 447 357**	1 331 643	1 278 726	1 197 994	-6,31 %	-10,04 %
	Pages vues	/	/	/	2 105 672	2 037 525	1 995 981	-2,04 %	-5,21 %
Questions		18 249	18 096	12 771	11 742	10 999	11 862	+7,85 %	-35 %

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

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

*** Données simulées sur base du rapport entre chiffres GA4 et Universal Analytics de Bruxelles-J en 2022.

Tableau 1. Evolution du trafic sur le site de Bruxelles-J entre 2015 et 2024
(Données internes issues de Universal Analytics & Google Analytics 4, 2024).

Il semble en tout cas que le travail constant de Bruxelles-J et de ses partenaires a porté ses fruits et que 2024 a été une bonne année pour le partenariat.

En termes d'utilisateurs uniques, on observe un léger tassement cette année (-6,31 %). Cela signifie que le site a été utilisé par un peu moins d'utilisateurs différents en 2024 par rapport à 2023 mais que ces utilisateurs ont utilisés le site plus intensément. Concernant les pages vues, on observe également un léger tassement cette année avec 1 995 981 pages vues d'après Google Analytics 4 (4 526 287 pages vues au format Universal Analytics). Ce tassement du nombre de pages vues s'observe de façon continue depuis 2022. Il semble qu'il s'agisse là d'une forme de compensation normale puisqu'entre 2020 et 2021 le nombre de pages vues avait augmenté de 81,91%. Le nombre de pages affichées en 2024 demeure très largement supérieur à ce qu'on pouvait observer il y a quelques années puisque leur nombre a plus de triplé en 9 ans (+206,13 %) !

Bien qu'il s'agisse d'un nouvel indicateur, l'augmentation du nombre de visiteurs avec engagement, tant en nombre total qu'en proportion du trafic, est également un signal très positif. Cela signifie que 94,7% des utilisateurs de la plateforme ont véritablement interagi avec le site web lors de leur connexion à celui-ci : qu'ils sont restés longtemps sur une page pour en lire le contenu, qu'ils ont cliqué sur les différents liens proposés, ...

Sur le plan statistique, 2024 est donc une année record pour Bruxelles-J sur le plan du volume de trafic brut et de l'engagement de celui-ci. En 9 ans, le nombre d'utilisateurs de la plateforme a plus de triplé pour fleurir avec les 3 millions d'utilisateurs. Si ces bons résultats sont évidemment une bonne nouvelle pour Bruxelles-J et ses partenaires, il nous semble important de rappeler qu'on ne peut pas juger de la qualité du travail fourni par notre partenariat uniquement à l'aune des chiffres de fréquentation de la plateforme. Il est 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. Notamment parce qu'au-delà des tendances de fond (nouveau site web, avant-après Covid, ...), il est parfois difficile de comprendre les mécanismes expliquant l'évolution du trafic sur la plateforme d'une année à l'autre.

Créer de nouvelles fiches info pertinentes, élargir le partenariat à de nouveaux opérateurs, 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.

Les questions posées sur la plateforme :

Alors que le site de Bruxelles-J accueille un nombre croissant d'utilisateurs, le nombre de questions posées se tassait lui depuis plusieurs années. 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 couteux en ressources. Il demande beaucoup de temps et de personnel. Garder le nombre de questions dans les limites du raisonnables 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 vadémécum sur l'écriture des fiches et l'optimisation de la lisibilité du site sont là pour tendre vers cet objectif.

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 diminuait depuis 2019. Toutefois on observait un ralentissement de la baisse et il semblait clair que le nombre de questions allait arriver à un plateau. Il semble que ce plateau a été atteint puisqu'en 2024 Bruxelles-J et ses partenaires ont répondu 11 862 questions ! Cela représente une augmentation de 7,85% par rapport à 2023. Cette hausse est évidemment une bonne nouvelle car elle confirme que notre analyse des tendances de fond était la bonne. En 2024, le service offert par Bruxelles-J demeure pertinent pour les jeunes générations, et cela malgré l'émergence d'outils utilisant l'intelligence artificielle. L'objectif pour 2025 reste inchangé : fluctuer en 10 000 et 15 000 questions par an nous semble un cap raisonnable à tenir.

En termes de suivi et de comptabilisation des questions posées sur la plateforme, 2024 a été une année test. 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, ... Nous avons donc mis en place des outils de comptabilisation automatique de toutes ces actions. L'idée était de continuer le relevé manuel des questions posées par les partenaires en 2024 afin de pouvoir la comparer avec la comptabilisation automatisée via Lookers Studio. En cas de résultats comparables, l'ambition était de dispenser les partenaires de ce travail d'encodage manuel qui est fastidieux.

Au terme de cette année test, nous n'avons cependant pas eu d'autre choix que de prolonger le test pour une année supplémentaire. En effet, si le suivi automatisé offre des tas d'informations très intéressantes, par exemple le nombre important d'appels téléphoniques reçus directement par les partenaires au départ de la plateforme de Bruxelles-J, nous rencontrons encore des difficultés avec le suivi des e-mails. En effet, l'encodage automatisé des e-mails paraît clairement incomplet. Nous avons tenté de remédier à cela en comptabilisant les messages transférés depuis notre adresse e-mail générale. Toutefois, l'équipe de Bruxelles-J étant composée de trois travailleurs, travaillant sur plusieurs ordinateurs (lors du télétravail notamment), la synchronisation de toutes ces boîtes e-mail s'est avéré imparfaite. Nous avons essayé de remédier à cela sans devoir passer sur une solution payante et les premiers mois de 2025 vont nous permettre de voir si nous avons réussi à outrepasser cette difficulté technique.

Partenaires	Questions Tableau Partenaires	Questions Lookers Studio	Contact Téléphone Lookers Studio	Contact Site Web Lookers Studio	E-mail boîte Info BXL-J	E-mail Lookers studio	Total	Différence	Différence Hors site web	Différence hors Web et Téléphone
FCPPF	179	198	6	2	36	8	242	+63	+61	+55
Alter-Visio	/	3	6	6	/	/	15	+15	+9	+3
Hub.info	68	56	14	10	13	7	93	+25	+15	+11
CEDIEP	2825	2 127	455	29	361	149	2 972	+147	+118	-337
CIDJ	2432	1 610	204	21	344	149	2 179	-253	-274	-478
Dynamo	8	5	/	6	6	1	17	+9	+3	+3
Infor Jeunes BXL	4299	3 637	478	73	771	277	4 959	+660	+587	+109
Cité des Métiers	140	127	30	7	20	14	184	+44	+37	+7
Iles ASBL	177	124	21	12	46	15	203	+26	+14	-7
Le Pélican	170	192	105	12	20	13	329	+159	+147	+42
Bru-Stars	12	4	4	5	11	/	24	+12	+7	+3
SDJ	250	210	52	18	42	23	322	+72	+54	+2
Plateforme Service Citoyen	8	7	1	7	2	1	17	+9	+2	+1
Questions Scolaires	31	/	17	23	22	21	62	+31	+8	-9
TOTAL Hors BXL-J	10 599	8 381	1 442	228	1 694		11 603	+1 004	+779	-598

Tableau 2. Comparaison du nombre de questions reçues par les partenaires en 2024 selon le système de comptabilisation (Données internes issues de Lookers Studio, 2025)

Une analyse un peu plus poussée des chiffres issus de Lookers Studio nous fournit toutefois quelques enseignements intéressants. Premièrement, il est notable que les partenaires aient été énormément contacter par téléphone directement depuis la plateforme web sans appeler Bruxelles-J au préalable (1 442 fois !). On remarque en outre un différentiel entre les thématiques. Pour certains partenaires, ces appels directs représentent un volume conséquent par rapport au nombre de réponses qui sont comptabilisées actuellement. Pour un partenaire comme le Pélican, comptabiliser ces appels augmenterait de 62% le nombre de questions auxquelles ils ont répondu sur 2024.

Deuxièmement, il semble que nous devons analyser de plus prêt l'encodage automatiser pour deux de nos partenaires principaux : le CEDIEP et le CIDJ. En effet, alors que pour l'ensemble des partenaires, l'encodage automatisé donne des résultats comparables ou légèrement supérieurs, les chiffres de ces deux partenaires sont eux largement inférieurs à ceux des relevés manuels. Nous allons dans un premier temps procéder à certaines vérifications afin de voir s'il ne s'agit pas d'un problème de configuration des relevés automatisés pour ces partenaires. S'agissant de deux de nos trois plus gros partenaires, la différence entre les deux systèmes de relevés a un impact fort le volume total de questions comptabilisées.

Enfin, ce travail de réflexion et d'analyse sur la comptabilisation des questions reçues par Bruxelles-J démontre qu'arriver à une comptabilisation exhaustive du nombre de questions reçues est une gageure. Bruxelles-J peut être contacté de tellement de façons différentes : e-mail direct à l'adresse info, réseaux sociaux, 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, appel depuis l'application smart school d'une école, appel via un flyers ou une affiche papier, ...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 un trafic en hausse de plus de 11% et un retour à la hausse du nombre de questions posées après plusieurs années de tassement (+7,85%), Bruxelles-J a atteint ses objectifs en 2024. Près de trois millions d'utilisateurs ont utilisé la plateforme pour obtenir des informations sur une vaste gamme de sujet. Grâce à la qualité du contenu sans cesse mis à jour par nos partenaires, Bruxelles-J est demeuré en 2024 un outil pertinent aux services des jeunes issus de Bruxelles et d'ailleurs.

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 2024, pour la quatrième 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 »

Originellement, le versant néerlandophone de Bruxelles-J, Brussel-J, redirigeait simplement 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. Il s'agissait vraiment d'un site vitrine dont le contenu évoluait peu dans le temps. Cette situation n'était pas satisfaisante à nos yeux. A partir de 2022, nous avons commencé à alimenter plus régulièrement Brussel-J avec des actualités susceptibles d'intéresser les jeunes bruxellois néerlandophones. L'impact sur le trafic du site avait été immédiat et nous avons continué en 2024 à alimenter régulièrement le site avec des actus à destination des bruxellois néerlandophones.

		2021	2022	2023	2024	Évolution 2023-2024
UA	Visiteurs	1 642	12 120	19 383*	35 390**	+ 82,58 %
	Visiteurs uniques	1 356	10 633	18 091*	17 106**	- 5,44 %
	Pages vues	3 347	31 633	47 267*	140 313**	+ 196,85 %
GA4	Visiteurs	/	10 172	21 511	29 702	+ 38,08 %
	Visiteurs uniques	/	9 379	19 511	15 089	- 22,66 %
	Durée engagement	/	12 secondes	12 secondes	43 secondes	+ 258,33 %
	Pages vues	/	11 337	28 359	50 287	+ 77,32 %

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

** Données simulées sur base du rapport entre chiffres GA4 et Universal Analytics de Bruxelles-J en 2022.

Tableau 3. Evolution du trafic sur le site de Brussel-J entre 2021 et 2024 (Données internes issues de Google Analytics, 2024).

Fin 2023, dans cette optique de développement du versant néerlandophone de notre action, nous avons proposé à nos partenaires bilingues d'offrir à nos usagers néerlandophones le même service qu'en français. A savoir publier des contenus équivalents à ceux présents en français en néerlandais et offrir la possibilité aux usagers de poser des questions en néerlandais. A notre grande joie, l'ensemble de nos partenaires bilingues ont répondu favorablement à cette proposition.

Début 2024, le site de Brussel-J a donc été modifié sur le plan technique pour offrir les mêmes fonctionnalités que Bruxelles-J. Depuis, Bru-Stars, la Plateforme pour le Service Citoyen et Hub.info ont publié l'intégralité de leurs contenus également en néerlandais. Quant à la Cité des Métiers, elle n'a pas encore mis en ligne de contenu néerlandophone mais des accords ont été trouvés avec le VDAB et Leerwinkel et un contenu équivalent aux fiches francophones va être publié en néerlandais courant 2025.

Ces démarches ont évidemment eu un effet positif sur le trafic de notre plateforme néerlandophone qui a encore augmenté de 38,08% en 2024. Comme pour notre site francophone, nous avons observé un léger recul du nombre de visiteurs uniques, ici compensé par la forte augmentation du nombre de pages vues (+77,32%) et par la multiplication par plus de trois du temps d'engagement sur le site !

Cette hausse du temps passé sur le site est vraiment un signal très positif. En effet, jusqu'alors, le site de Brussel-J ne reprenait que des articles d'actualités assez courts et dont le temps de lecture n'était pas très long. Le fait que la mise en ligne de fiches informatives plus longues et complexes augmentent aussi significativement le temps d'engagement sur le site démontre que ces contenus commencent à être lus.

L'évolution du versant néerlandophone de notre action est donc vraiment positive depuis quelques années, même s'il faut évidemment garder à l'esprit que le trafic sur Brussel-J est à l'heure actuelle sans commune mesure avec celui de Bruxelles-J. Est-il possible d'aller plus loin ? Par exemple en trouvant des partenaires exclusivement néerlandophones pour développer du contenu sur Brussel-J. Bien qu'il y ait moins d'opérateurs exclusivement bruxellois côté néerlandophone, les opérateurs couvrant souvent directement la Flandre et Bruxelles, il y a évidemment des pistes et des possibilités à ce niveau.

Toutefois, ce développement du site néerlandophone a un coût. Mettre en ligne du contenu en néerlandais, le mettre à jour chaque année, répondre aux questions qui arrivent en néerlandais (de façon modérée pour le moment), tout cela implique des rémunérations supplémentaires pour les partenaires qui ne sont pas des organismes d'intérêt public. Bruxelles-J ne peut pas indéfiniment diviser en parts plus petites la même enveloppe fermée allouée au travail des partenaires. Développer le versant néerlandophone du partenariat, comme le volet francophone d'ailleurs, va devoir à un moment impliquer d'augmenter l'enveloppe allouée au travail des partenaires, notamment car le nombre de partenaires et de fiches présentes sur la plateforme augmentent. C'est dans cette optique que Bruxelles-J a contacté la VGC début 2025 afin de voir si un soutien similaire à celui de la COCOF pourrait être envisageable. Affaire à suivre...

2. Un déménagement un peu inattendu :

Fin décembre 2023, Bruxelles-J a appris par l'entremise de la commune d'Ixelles que Binhôme, la société de logement social d'Ixelles et le propriétaire du local occupé par Bruxelles-J, souhaitait voir l'association libérer les lieux afin de permettre à un collectif d'habitants d'occuper les lieux en-dehors des heures d'occupation de l'école des devoirs. C'était évidemment une très mauvaise nouvelle pour l'association qui occupait gratuitement cet espace depuis 18 ans dans le cadre d'une convention d'occupation signée avec la commune d'Ixelles. C'était d'autant plus difficile que le timing de l'annonce si tard dans l'année interdisait toute budgétisation et toute planification sereine de ce déménagement.

Étant basé à Ixelles depuis de nombreuses années, étant membre de la Concertation Ixelloise de la Jeunesse, notre ambition première a été de trouver une solution de relocalisation au sein de la commune. Toutefois, après avoir envisagé plusieurs solutions et visité plusieurs lieux différents, il est apparu clair que les autorités communales ixelloises ne faisaient pas de la relocalisation de Bruxelles-J une priorité et ne pouvaient pas nous garantir une relocalisation durable dans le temps.

Ayant pour ambition de trouver une solution pérenne, nous avons donc contacté les communes environnantes afin de voir si l'une d'entre elles étaient susceptibles d'accueillir une association comme Bruxelles-J. Et, coup de chance, la commune d'Auderghem par l'entremise de son échevin de la prévention et de la cohésion sociale nous a recontacté en nous disant que des bureaux se libéraient dans la Maison de la Prévention de la commune d'Auderghem située 1326 Chaussée de Wavre. Nous avons évidemment sauté sur l'occasion. Après deux rencontres productives, il a très vite été acté que nous allions quitter Ixelles pour Auderghem.

Toutefois, entre les atermoiements autour d'une solution à Ixelles, les congés politiques durant l'été, l'absence de réactivité de l'association qui devait libérer les locaux à Auderghem, Bruxelles-J a été confronté à une « période de soudure » durant laquelle nous n'avons disposé d'aucun bureau. Cette période qui devait s'étendre uniquement sur les deux mois d'été s'est finalement prolongée sur quatre mois ! En effet, après avoir remis les clefs de nos locaux ixellois le 30 juin 2024, nous avons dû attendre début novembre pour enfin pouvoir prendre possession de nos nouveaux bureaux à Auderghem.

Durant quatre mois, nous avons donc été contraints de travailler à 100% en télétravail. Cela nous a ramené à l'époque de la pandémie de Covid-19 et ça n'a pas été facile à gérer pour l'équipe. Cela a sans doute un peu ralenti les projets s'éloignant de la simple gestion habituelle du partenariat car il était plus compliqué de faire des réunions, ...

Malgré tout, Bruxelles-J a réussi à surmonter cette période et a fini 2024 mieux armé pour relever les défis de l'information jeunesse à l'avenir. De fait, nos nouveaux locaux sont plus grands et en bien meilleur état que ceux que nous avons quittés. Cela sera encore plus le cas en 2026 lors que nous déménagerons pour la nouvelle Maison de la prévention de la commune d'Auderghem qui est en cours de construction sur le Boulevard du triomphe, à proximité des campus de la VUB et de l'ULB.

En outre, nous sommes maintenant en contact quotidien avec différents services communaux et les perspectives de construction de synergies avec les opérateurs présents à Auderghem sont enthousiasmantes. Enfin, bien que n'étant plus situé sur Ixelles, nous restons membre de la concertation ixelloise de la jeunesse. Le travail de construction d'un réseau local à Ixelles au cours de ces 20 dernières années n'est donc pas perdu et ce déménagement ouvre des perspectives pour de nouveaux développements.

3. L'évolution de l'équipe

Alors que c'était une nécessité depuis plusieurs années, Bruxelles-J a enfin pu agrandir son équipe en 2023 avec la création d'un poste de chargée de communication afin d'avoir une vraie présence soutenue sur les réseaux sociaux.

La création de ce poste avait 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 attributions de ces deux postes. L'arrivée d'une chargée de communication a permis à l'association d'améliorer drastiquement sa communication numérique en produisant beaucoup plus régulièrement des contenus de bien meilleure qualité à direction de ses réseaux sociaux, Instagram et Tik-Tok en tête. Nous le verrons plus loin dans ce rapport mais ce recrutement a permis à Bruxelles-J d'entrer dans une nouvelle dimension sur ces différents réseaux tant utilisés par les jeunes générations.

Engagée en CDD à 4/5ième temps, prolongée ensuite en CDI à mi-temps, notre ambition est de pouvoir faire passer le poste en CDI 4/5ième temps car cela correspond au besoin de l'association et du partenariat. Pour y parvenir, nous avons notamment répondu à l'appel 2024 du Fond social Maribel. Malheureusement, bien que nous cochions toutes les cases devant favoriser notre candidature, nous n'avons pas été retenu. Malgré cela, nous avons pu faire passer le poste de chargée de communication en 3/5ième temps sur fonds propres.

Toutefois, notre objectif reste à terme d'avoir 2,6 ETP en interne à Bruxelles-J et de pouvoir faire passer le poste de chargée de communication à 0,8 ETP car il a largement assez de travail pour cela. En outre, nous le verrons plus loin dans ce rapport, les réseaux sociaux sont essentiels pour toucher les 15-25 ans qui constitue la part la plus jeune de notre public-cible.

4. L'évolution du contenu de la plateforme

Les « Investigations », un focus sur l'environnement :

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 avons depuis réalisé moins d'interviews. Par contre, celles-ci sont dorénavant publiées simultanément sur nos réseaux sociaux, ce qui permet de créer une vraie synergie entre ceux-ci et le site de Bruxelles-J.

Comme prévu, nous avons placé notre focus sur l'environnement en 2024. Il s'agit en effet d'un sujet au cœur des préoccupations des jeunes générations et qui n'est que peu traité dans nos fiches. Dans un premier volet, nous avons donc rencontré Sarah Wauthy et Lisa Ardoïn, deux doctorantes de l'ULB, afin de parler de leur recherche sur le changement climatique, de ce que la science dit à ce sujet, des conséquences de celui-ci pour la Belgique et de ce qu'on peut faire à notre échelle. Ces deux premières interviews seront complétées par une troisième interview avec Joachim Piret, un doctorant de la VUB, que nous avons rencontré début 2025.

Toujours dans une optique « environnement », nous avons réalisé une deuxième série de capsules consacrée à la pratique du vélo à Bruxelles en collaboration avec Cyclo et Pro-Vélo, deux opérateurs de l'économie circulaire et sociale en Région de Bruxelles-Capitale. Les points abordés ont été où réparer son vélo à prix démocratique à Bruxelles, comment bien protéger son vélo contre le vol et les équipements essentiels à avoir sur son vélo. Cette série sur le vélo avait pour but de répondre à celle plus théorique sur le changement climatique et présentant une mise en pratique simple et accessible aux jeunes bruxellois.

En 2025, nous souhaitons rester sur la même ligne éditoriale : aborder ponctuellement des sujets susceptibles d'intéresser les jeunes bruxellois et n'étant pas forcément très développés dans nos fiches d'informations. Nous aimerions continuer à traiter la thématique de l'environnement mais sous d'autres angles, notamment celui de l'alimentation.

Une section actus en croissance forte :

Le site de Bruxelles-J comprend également une section « Actus » dans laquelle la chargée de projet 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. Il est important de noter ici que les chiffres 2024 simulés sur base du rapport entre Google Analytics 4 et Universal Analytics en 2022 nous paraissent vraiment énormes. Il est possible qu'en 2022 GA4 traquait moins finement le trafic sur la plateforme. Il faut en tout cas les prendre avec précautions. Toutefois, les données GA4 confirment que la fréquentation de notre section « Actus » est encore et toujours en hausse forte en 2024 (+33,51%).

		2021	2022	2023	2024	Evolution 2023-2024
UA	Pages vues	77 924	99 549	135 296*	374 055**	+176,47 %
	Vues uniques	38 401	54 521	76 064*	201 420**	+164,8 %
GA4	Pages vues	/	18 697	52 622	70 254	+33,51 %
	Vues uniques	/	14 429	41 024	53 306	+29,94 %

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

** Données simulées sur base du rapport entre chiffres GA4 et Universal Analytics de Bruxelles-J en 2022.

Tableau 4. Evolution du trafic de la section actualités du site entre 2021 et 2024 (Données internes issues de Google Analytics, 2025).

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, événement culturel, ...). 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. L'ambition de Bruxelles-J pour 2025 reste ici inchangée : continuer ce travail de veille et de publication d'actualités concernant les jeunes générations bruxelloises. C'est un travail qui prend du temps mais nous sommes heureux de voir qu'il continue à porter ses fruits tout en élargissant un peu le spectre des thématiques abordées sur Bruxelles-J.

Accueil d'un nouveau partenaire, la FCPPF :

Fin 2023, Alter-Visio nous a annoncé à notre grande surprise que l'association allait totalement 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 a continué à assurer le suivi des fiches jusqu'à fin mars 2024. L'un des premiers chantiers de l'année 2024 a donc été 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 ».

Par l'entremise de Pierre-Yves Rosset, directeur du SDJ Bruxelles et membre de notre conseil d'administration, nous sommes entrés en contact avec la Fédération des centres pluralistes de planning familial (FCPPF). Assez rapidement, la FCPPF a marqué son intérêt pour reprendre les fiches gérées précédemment par Alter-Visio. Avec l'arrivée d'une fédération de plannings familiaux au sein du partenariat, il nous semblait pertinent que celle-ci reprenne à son compte une grande partie de la section EVRAS de la plateforme. Infor-Jeunes Bruxelles qui gère la majorité de ces fiches liées à la vie sexuelle et affective a accepté de transmettre une grande partie de celles-ci à la FCPPF ; ce transfert leur permettant de retrouver un peu de marge de manœuvre pour créer du contenu sur d'autres thématiques.

Nous sommes vraiment ravis de l'entrée de la FCPPF dans le partenariat de Bruxelles-J. Cette arrivée permet à notre section « Amour & Sexualité » d'être majoritairement gérée par un opérateur important du secteur. Cela va nous permettre de développer de nouveaux sujets en lien avec cette thématique qui a beaucoup évolué ces dernières années (contraception masculine, consentement, syndrome prémenstruel, ...). En outre, cela ouvre la possibilité de créer du lien avec les centres eux-mêmes pour les questions qui sortiraient de leur champ de compétence.

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 25 nouvelles fiches d'informations qui ont vu le jour en 2024. Le tableau à la page suivante en fait la synthèse.

Comme chaque année, ce chiffre est un petit peu sous-estimé puisque diverses fiches sont encore en projet. Ainsi, après s'être accordé quelques mois pour prendre ses marques, la FCPPF va rédiger cinq ou six nouvelles fiches en lien avec la vie sexuelle et affective : endométriose, cycle menstruel, syndrome prémenstruel, contraception masculine, consentement, pornographie, ...seront parmi les sujets abordés. De même, Bru-Stars a mis en ligne une première salve de fiches tant en français qu'en néerlandais mais d'autres sont encore dans les tuyaux.

D'autres fiches sont encore en projet avec différents partenaires et seront mise en ligne début 2025 : « Comprendre ta fiche de paie » avec Infor-Jeunes Bruxelles, « Comprendre la différence entre le volontariat, l'humanitaire et le volontourisme » avec Dynamo International, ...

Comme signalé dans le point consacré à Brussel-J, cette mise à jour constante du contenu de notre site web afin de coller aux nouveaux questionnements qui émergent au sein de la jeunesse bruxelloise, est essentiel. Toutefois, l'augmentation du nombre de fiches informatives présentes sur la plateforme et l'élargissement à de nouvelles thématiques augmente le volume de travail des partenaires lors de la mise à jour annuelle obligatoire de nos fiches. Depuis 2021, ce ne sont pas moins de 86 fiches qui ont été créées sur Bruxelles-J auxquelles il faut ajouter 17 fiches traduites en néerlandais. Bruxelles-J et ses partenaires ne vont pas pouvoir augmenter indéfiniment le nombre de fiches et de sujets traités sans obtenir des moyens supplémentaires pour ce travail de création de contenus et de veille. Il serait dommage d'en être réduit à faire des arbitrages et de devoir supprimer des contenus ayant éventuellement « moins de succès » pour pouvoir en créer d'autres.

Titre	Thématique	Partenaire	Statut
L'allocation du travailleur des art : la période de carence	Travailler en tant qu'artiste	Iles ASBL	En ligne
L'IAA ou indemnité des arts amateurs	Travailler en tant qu'artiste	Iles ASBL	En ligne
L'autodiagnostic d'un trouble psychique	Ta santé mentale	Bru-Stars	En ligne
Un traumatisme : qu'est-ce que c'est et comment y faire face ?	Ta santé mentale	Bru-Stars	En ligne
Qu'est-ce qu'un trouble des conduites alimentaires ?	Ta santé mentale	Bru-Stars	En ligne
Qui sont les professionnels de la santé mentale ?	Ta santé mentale	Bru-Stars	En ligne
Qu'est-ce qu'un trouble mental ?	Ta santé mentale	Bru-Stars	En ligne
Où trouver de l'aide pour ta santé mentale ?	Ta santé mentale	Bru-Stars	En ligne
Un ami t'a dit qu'il pense au suicide : que faire ?	Ta santé mentale	Bru-Stars	En ligne
Tu as des idées suicidaires	Ta santé mentale	Bru-Stars	En ligne
Comment passer son permis de conduire en Belgique ?	Se former	Bruxelles-J	En ligne
Les humanités sportives	Enseignement secondaire	CEDIEP	En ligne
Les humanités artistiques	Enseignement secondaire	CEDIEP	En ligne
Quelles sont les aides financières pour aller étudier à l'étranger ?	Aides à la réussite et aides financières	CEDIEP	En ligne
Le sommeil : comment améliorer la qualité de ton sommeil ?	Ta santé physique	CIDJ	En ligne
Le sommeil : à quoi ça sert de dormir ?	Ta santé physique	CIDJ	En ligne
La vaccination : de quoi parle-t-on ?	Ta santé physique	CIDJ	En ligne
Focus sur les vaccins recommandés en FWB	Ta santé physique	CIDJ	En ligne
Comment le CPAS peut t'aider à participer à des activités culturelles et sportives ?	Obtenir l'aide du CPAS	CIDJ	En ligne
L'école maternelle et primaire est-elle vraiment gratuite ?	L'enseignement maternel et primaire	Questions scolaires	En ligne
Mon enfant peut-il être exclu en maternelle ou en primaire ?	L'enseignement maternel et primaire	Questions scolaires	En ligne
Peut-on changer d'école en maternelle et en primaire ?	L'enseignement maternel et primaire	Questions scolaires	En ligne
Quelle option choisir en 3ième secondaire ?	L'enseignement secondaire	Questions scolaires	En ligne
Le système éducatif : qui décide de quoi à l'école ?	L'enseignement secondaire	Questions scolaires	En ligne
Comment choisir ton orientation en secondaire et dans le supérieur ?	Aides à la réussite et aides financières	Questions scolaires	

Tableau 5. Fiches créées sur le site de Bruxelles-J en 2024 (Données internes de Bruxelles-J, 2025)

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. Cela ne fait que trois ou quatre ans que ces canaux sont vraiment exploités. Et il a fallu attendre juillet 2023 pour que nous puissions enfin engager une chargée de communication ayant les compétences nécessaires à l'exploitation optimale de ces canaux. Il y a donc évidemment encore beaucoup à faire mais les perspectives nous semblent prometteuses.

		2021	2022	2023	2024	Evolution 2023-2024
FB	Abonnés	4 700	4 900	5 200	5 290	+1,73 %
	Couvertures	285 090	207 637	51 224	4 700	-90,82 %
	Vues	/	/	/	925 200	/
IG	Abonnés	995	1 332	1 581	2 074	+31,18 %
	Couvertures	183 189	196 929	378 018	879 600	+132,69 %
	Vues	/	/	/	1 700 000	/
TikTok	Abonnés	/	/	236	5 987	+2436,86 %
	Couvertures	/	/	/	1 900 000	/
	Vues	/	/	/	2 800 000	/

Tableau 6. Suivi de l'évolution de la présence de Bruxelles-J sur les réseaux sociaux (Données internes de Bruxelles-J, 2025).

Depuis novembre 2024, Meta a fait des vues la statistique principale sur Instagram et Facebook. Malgré l'absence de point de comparaison, il est donc important de les prendre en compte cette année pour avoir des points de comparaison à l'avenir.

Il ressort des chiffres 2024 de nos réseaux sociaux que Bruxelles-J a continué à accroître sa renommée sur ces différentes plateformes. La première chose qui saute aux yeux c'est évidemment l'explosion de notre compte TikTok. Lancé début 2023, et peu exploité avant l'arrivée de notre chargée de communication, le compte a connu une croissance fulgurante cette année au point de devenir notre compte le plus suivi toutes plateformes confondues avec près de 6 000 abonnés et près de 3 millions de vues. Autre élément important sur lequel nous reviendrons plus en avant dans ce rapport, TikTok est la plateforme où nous touchons le plus la frange jeune de notre public-cible : les 15-24 ans. Alors que les jeunes générations ont développé d'autres habitudes et s'informent autrement que les générations précédentes, notre présence sur ces réseaux est essentielle.

Bien qu'elle soit moins exponentielle, notre compte Instagram a lui aussi connu une forte croissance cette année (+31,18 %) et nous avons dépassé le cap symbolique des 2 000 abonnés. L'augmentation de la visibilité de nos contenus sur Instagram est par contre beaucoup plus forte puis qu'elle a été multipliée par 4,5 depuis 2022 ! En 2024, Bruxelles-J a accumulé près de 2 millions de vues sur Instagram.

Enfin, depuis que nous avons fait le choix en 2023 de ne plus faire de sponsoring de nos contenus sur Facebook pour nous concentrer sur des réseaux sociaux plus investis par les jeunes générations, on observe logiquement un recul de notre visibilité sur cette plateforme. Toutefois, malgré ce choix stratégique, notre nombre d'abonnés sur Facebook continue à croître (+1,73 %) et nous y avons accumulé près d'un million de vues en 2024 !

Si on prend une approche globale, on est bien obligé de se rendre compte de la puissance considérable des réseaux sociaux dans la communication d'informations à l'heure actuelle. A travers ces comptes sur Meta (FB & IG) et sur TikTok, Bruxelles-J a accumulé 5 425 200 vues en 2024 ! C'est plus que le nombre de pages vues sur le site web de Bruxelles-J sur la même période. Si on prend en compte les vues sur Snapchat, plateforme sur laquelle Bruxelles-J fait des campagnes sponsorisées mais n'a pas de compte, on atteint même le chiffre de 7 914 362 vues en 2024 ! Près de 8 millions ! Aucun autre médium n'offre à l'heure actuelle une telle force de frappe. Il est donc essentiel pour nous de continuer à exploiter le potentiel de ces réseaux dans le cadre de nos missions d'information à la jeunesse. En ce sens, et comme dit précédemment, il serait vraiment bénéfique de pouvoir augmenter encore un peu le temps de travail de notre chargée de communication.

L'engagement sur les réseaux :

Au-delà des chiffres généraux de suivi des nos comptes principaux, il est aussi intéressant de voir que l'engagement sur ceux-ci est également en augmentation.

		2023	2024	Evolution 2023-2024
FB	Clics	334	-	/
	Visites profil	2 300	2 700	+17,39 %
	Interactions	241	264	+9,54 %
IG	Clics	554	2 200	+297,11 %
	Visites profil	2 500	4 900	+96 %
	Interactions	-	3 500	/
TikTok	Visites profil	-	19 000	/
	Interactions	-	114 702	/

Tableau 7. Suivi de l'évolution des interactions sur nos réseaux sociaux principaux entre 2023 et 2024 (Données internes de Bruxelles-J, 2025).

Même sur un réseau social où nous n'investissons plus d'argent comme Facebook, le nombre d'interactions et de visites sur le profil de Bruxelles-J est en légère hausse. Sur Instagram, le nombre d'interactions, de clics, de visite du profil, est en très forte hausse et on commence à récolter les fruits du travail de fond mené depuis 1 an et demi par notre chargée de communication.

Enfin, et c'est la raison principale qui nous a poussé à présenter ce tableau, malgré l'absence de perspective historique, le volume d'interactions avec les usagers sur TikTok est sans commune mesure avec ce qu'on arrive à obtenir sur les autres plateformes. En 2024, nous avons obtenus une moyenne de 314 interactions par jour sur TikTok (likes, commentaires, ...). Alors que TikTok et Snapchat sont les deux plateformes où l'on retrouve le plus les 15-25 ans à l'heure actuelle, de tels chiffres doivent nous pousser à continuer à investir ces réseaux sociaux. On y touche une partie considérable de notre public-cible qu'il est parfois difficile d'atteindre par d'autres moyens.

Les capsules « partenaires » :

Nous ne pouvons évidemment pas dans un tel rapport détailler les résultats de toutes nos campagnes sponsorisées sur les différents réseaux sociaux. Toutefois, il nous semble important de prendre un moment pour détailler les résultats des capsules faites en collaboration complètes avec nos partenaires. Dans cette optique, nous allons présenter deux tableaux : l'un pour Instagram et l'autre pour TikTok et Snapchat.

Capsule	Instagram	
Réforme du statut d'artiste	Budget	250 €
	Vues	231 785
	CPV (thruplay)	0,16 €
Service Citoyen	Budget	250 €
	Vues	212 000
	CPV (thruplay)	0,25 €
Le coming-out	Budget	250 €
	Vues	149 438
	CPV (thruplay)	0,30 €
L'entrepreneuriat	Budget	250 €
	Vues	173 528
	CPV (thruplay)	0,44 €
Se former même sans diplôme	Budget	250 €
	Vues	169 428
	CPV (thruplay)	0,32 €
Les vacances européennes	Budget	250 €
	Vues	144 865
	CPV (thruplay)	0,28 €
L'IAA	Budget	250 €
	Vues	266 647
	CPV (thruplay)	0,31 €
CPAS : comment contacter ton AS ?	Budget	100 €
	Vues	119 098
	CPV (thruplay)	0,05 €
Trouver une formation	Budget	125 €
	Vues	132 743
	CPV (thruplay)	0,37 €
La santé mentale	Budget	125 €
	Vues	19 420
	CPV (thruplay)	0,06 €
Peux-tu toucher toi-même tes allocations familiales ?	Budget	100 €
	Vues	40 040
	CPV (thruplay)	0,03 €
Voyager avec un petit budget	Budget	100 €
	Vues	110 187
	CPV (thruplay)	0,22 €

Tableau 8. Résultats du sponsoring des capsules partenaires sur Instagram en 2024 (Données internes à Bruxelles-J, 2025)

Il est important de noter qu'il est normal qu'il y ait une variation de budget à partir de la capsule consacrée aux vacances européennes. En effet, il avait été convenu que pour les capsules 2024 le budget serait revu un peu à la baisse pour pouvoir sponsoriser plus de vidéos.

Capsule	Indicateurs	Snapchat	TikTok
Réforme du statut d'artiste	Budget	100 €	150 €
	Impressions/Vues	246 735	237 426
	Clics	846	538
	CPV (thruplay)	0,04 €	0,07 €
Service Citoyen	Budget	100 €	150 €
	Impressions/Vues	211 343	229 655
	Clics	791	503
	CPV (thruplay)	0,05 €	0,09 €
Le coming-out	Budget	100 €	150 €
	Impressions/Vues	235 290	225 586
	Clics	614	437
	CPV (thruplay)	0,06 €	0,10 €
L'entrepreneuriat	Budget	100 €	150 €
	Impressions/Vues	251 307	208 859
	Clics	77	846
	CPV (thruplay)	0,04 €	0,17 €
Se former même sans diplôme	Budget	100 €	150 €
	Impressions/Vues	270 640	216 487
	Clics	379	519
	CPV (thruplay)	0,06 €	0,05 €
Les vacances européennes	Budget	100 €	101 €
	Impressions/Vues	247 487	56 281
	Clics/Likes	/	1 163
	CPV (thruplay)/CPM	0,09 €	1,24 €
L'IAA	Budget	100 €	71 €
	Impressions/Vues	232 143	31 804 €
	Clics/Likes	239	742
	CPV (thruplay)/CPM	0,11 €	1,32 €
CPAS : comment contacter ton AS ?	Budget	100 €	71 €
	Impressions/Vues	228 842	45 356
	Clics/Likes	489	1 658
	CPV (thruplay)/CPM	0,04 €	1,23 €
Trouver une formation	Budget	100 €	71 €
	Impressions/Vues	178 965	32 075
	Clics/Likes	431	621
	CPV (thruplay)/CPM	0,10 €	1,3 €
La santé mentale	Budget	100 €	71 €
	Impressions/Vues	59 961	32 898
	Clics/Likes	370	1 353
	CPV (thruplay)/CPM	0,01 €	1,27 €
Peux-tu toucher toi-même tes allocations familiales ?	Budget	100 €	70 €
	Impressions/Vues	159 697	37 081
	Clics/Likes	157	1 016
	CPV (thruplay)/CPM	0,11 €	1,13 €
Voyager avec un petit budget	Budget	100 €	78 €
	Impressions/Vues	166 752	41 971
	Clics/Likes	350	1 119
	CPV (thruplay)/CPM	0,09 €	1,16 €

Tableau 9. Résultats du sponsoring des capsules partenaires sur Snapchat et TikTok en 2024 (Données internes à Bruxelles-J, 2025)

Sur Instagram, les campagnes de sponsoring sont globalement toutes des succès. On estime que sur cette plateforme une campagne qui a un coût par vue complète (CPV Thruplay) autour de 0,30 € est un succès. On y est, ou largement en-dessous, pour quasiment toutes nos capsules-partenaires. Seules les capsules concernant l'entrepreneuriat (Hub.info) et la formation (La Cité des métiers) dépassent légèrement ce montant. A l'inverse, les capsules de Bru-Stars, du SDJ et du CIDJ sont de grandes réussites avec un CPV inférieur à 0,10 €. De même, les campagnes consacrées à la réforme du statut d'artiste et au voyage ont également très fonctionné.

Sur TikTok et Snapchat, les campagnes ont vraiment bien fonctionné. Sur Tik-Tok, on considère qu'une campagne est réussie quand elle a un coût pour mille vues (CPM) inférieurs à 3,67 €. Nous sommes pour l'entièreté de nos campagnes très en-dessous avec un CPM légèrement supérieur à 1 €. Niveau contenu, bien que toutes les capsules aient bien fonctionné, les vidéos qui ont eu du succès sur Instagram en ont également eu sur TikTok et Snapchat. Par contre, les capsules sur l'entrepreneuriat (Hub.brussels) et la formation (Cité des métiers) qui avaient un peu moins bien fonctionné sur Instagram sont parmi les vidéos ayant le mieux marché sur TikTok et Snapchat.

Il est assez difficile d'analyser beaucoup plus profondément ces résultats de campagne car il n'y a pas de vérité absolue à ce niveau. Selon le contenu, la période de l'année, l'actualité, ...les campagnes obtiennent plus ou moins de succès. On peut néanmoins se réjouir de voir des thématiques s'écartant des habituelles questions de droits sociaux avoir eu un certain succès en 2024 notamment les capsules consacrées à la santé mentale ou au voyage.

On voit également que les différents réseaux sociaux nous apportent des choses différentes au-delà de s'adresser à des publics différents. Snapchat, comme Facebook d'ailleurs, nous offre une grande visibilité à peu de coût comparativement aux autres plateformes, génère également plus de trafic vers le site de Bruxelles-J. TikTok est le réseau social de l'engagement : likes, commentaires, partages, ...Il s'agit clairement de la plateforme où les utilisateurs réagissent le plus aux contenus proposés. Instagram a une position intermédiaire entre ces deux tendances.

Au vu du volume de vues de visibilité offerte par ces plateformes, et en tenant compte du fait qu'elles ne nous offrent pas toutes la même chose, il est évident qu'il faut continuer à investir dans notre présence sur les différents réseaux sociaux. .

Présence en ligne et lien avec le site web de Bruxelles-J :

En marge des réseaux sociaux que nous investissons activement (Instagram, Snapchat et TikTok), Bruxelles-J a une présence moins proactive sur différentes plateformes. Nous avons déjà évoqué le cas de Facebook sur lequel nous publions toujours du contenu mais n’investissons plus d’argent dans des campagnes. Youtube est un autre canal sur lequel il est intéressant de s’attarder.

Nous utilisons notre chaîne Youtube comme une plateforme d’archivage. A intervalle régulier, nous y postons les différentes capsules produites pour nos réseaux sociaux sans investir plus de temps dans la gestion et la promotion de la chaîne. Et, pourtant, nous constatons régulièrement que des vidéos accumulent plusieurs centaines de vues. Nous avons même une vidéo consacrée à [la sécurisation de son vélo](#) sur laquelle nous comptabilisons plus de 17 000 vues. Dès lors, il nous semblait intéressant de s’attarder un instant sur l’impact sur le trafic du site de ces différentes présences en ligne.

Origine du trafic sur Bruxelles-J.be	Nombre d'utilisateurs en 2024
Facebook	5 166
Youtube	1 003
Instagram	859
TikTok	1 499
Snapchat	4 317
ChatGPT	629
Perplexity	516
Smartschool	37 839

Tableau 10. Origine du trafic sur Bruxelles-J en 2024 (Données issues de Google Analytics, 2025)

Le premier constat est évident : le trafic sur le site de Bruxelles-J passe pour son immense majorité par le bon référencement de la plateforme. L’immense majorité de nos utilisateurs font une recherche sur leur moteur de recherche favori et arrivent sur Bruxelles-J de cette façon-là.

Toutefois, ce premier constat passé, ces chiffres ne sont pas inintéressants. On constate que des plateformes comme TikTok ou Instagram sur lesquelles nous touchons beaucoup de monde ne génèrent pas un trafic très élevé sur le site de Bruxelles-J car celles-ci sont conçues pour que l’utilisateur ne les quitte pas. A l’inverse, Facebook et Snapchat renvoient en moyenne 26 utilisateurs par jour sur Bruxelles-J tout au long de l’année. Il est aussi intéressant que des IA comme ChatGPT et Perplexity génèrent du trafic vers la plateforme. Il sera intéressant de voir l’impact de DeepSeek à ce niveau en 2025.

Mais l’élément majeur de ces chiffres, c’est l’impact considérable de notre référencement sur Smartschool. Smartschool est une application utilisée par de nombreuses écoles pour communiquer avec les parents et les élèves. Fin 2022, nous avons fait les démarches pour être référencé tant en français qu’en néerlandais parmi les services de soutien aux élèves. Force est de constater que cette démarche s’avère payante et nous parvenons là à atteindre un public majoritairement mineur en quête d’information.

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

	2018	2022	2023	2024	Evolution 2023-2024
Présentoirs distribuée	47	54	57	54	-5,5%

Tableau 11. Evolution du nombre de présentoirs distribués par Bruxelles-J entre 2018 et 2024

Depuis, nous nous sommes moins focalisés sur ce volet de notre communication. Imprimer en quantité des supports papier a un coût qui n'est pas négligeable et nous avons priorisés d'autres dépenses comme la rémunération des partenaires ou l'augmentation du temps de travail de notre chargée de communication. Toutefois, nous commençons à arriver au bout des 2 000 flyers que nous avons fait imprimer par thématique (24 000 en tout). En outre, avec la cessation des activités d'Alter-Visio, il y a au moins un flyer dont les informations ne sont plus tout à fait à jour.

Si les crédits disponibles le permettent, l'idée est de mener une réflexion sur notre communication papier dans un futur proche. Continuons-nous avec les flyers ? Si oui, il faudra les mettre à jour. Optons-nous pour un autre format comme des affiches par exemple ? Il conviendra le cas échéant réfléchir avec nos partenaires à la solution la plus pertinente.

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 contacté au cours de l'année.

Les différentes variations de ce « school pack » ont été mises à jour et envoyées en 2024 également. Vu les résultats obtenus via Smartschool, il apparaît clairement pertinent de continuer ce travail de communication à destination des écoles de la Fédération Wallonie-Bruxelles.

7. Activités extérieures :

Comme chaque année, Bruxelles-J a été présent sur différents événements en 2024. Voici un petit récapitulatif des actions menées

Concertation Ixelloise de la Jeunesse

Malgré notre déménagement et notre départ vers Auderghem, nous avons continué notre travail de collaboration avec les autorités locales et le monde associatif ixellois. 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 :

- **Groupe de travail « Etats des lieux de la Jeunesse »** : Nous avons participé au groupe de travail organisé en collaboration avec le CRECCIDE visant à donner la parole aux jeunes d'Ixelles.
- **My XL Feest (15/05)** : Nous avons tenu en stand dans le village associatif de la deuxième édition de My XL Feest. L'événement sera reconduit en 2025 dans le quartier Aulnes dans le Sud de la commune d'Ixelles. En outre, vu que le thème était les Jeux Olympiques, nous avons organisé une initiation au breakdance à destination des jeunes du quartier.

Nous sommes également membre de la Plateforme Ixelloise du Décrochage Scolaire (PIDS). Toutefois, celle-ci n'a pas organisé de réunion en 2024.

Atelier 'Ta voix, ton choix' au Parlement Bruxellois

En 2024, 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 certaines 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.

Ces ateliers ont dorénavant lieu plusieurs fois par an et Bruxelles-J a été nécessaire pour la session de mars. Le personnel du parlement s'est par contre chargé des classes néerlandophones en novembre.

Séance d'information à l'attention des jeunes de l'Union Saint-Gilloise

En octobre, nous avons participé à une après-midi d'information à destination des équipes de jeunes de l'Union Saint-Gilloise. L'événement avait lieu dans le stade du club. Son succès a été mitigé mais il est prévu qu'il soit réorganisé sous une autre forme à l'avenir.

Groupe de travail sur la précarité étudiante

En 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. En 2024, le groupe de travail a continué ses réunions régulières et Bruxelles-J y a été activement présent.

En outre, c'est de ce groupe de travail qu'a émergé en 2023 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 2023, 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 première mouture de la zone « Ma vie étudiante » du 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, ...

L'expérience a été renouvelée en 2024. Un stand Bruxelles-J a à nouveau été présent durant l'intégralité du salon qui a quant à lui été un grand succès avec près de 20 000 visiteurs. Pour l'occasion, Bruxelles-J avait imprimé des flyers spécifiques couvrant les questions récurrentes en lien avec les études supérieures. Ces deux jours de contact intense avec le public ont d'ailleurs débouché sur la création d'une fiche info reprenant les aides disponibles pour aller étudier à l'étranger car c'est une question qui est souvent revenue durant le salon.

Brussels International Jobfair d'Actiris

Le 30 mai 2024, Actiris organisa le Brussels International Jobfair, à Autoworld et dont l'objectif était de faire découvrir aux chercheurs d'emploi bruxellois toutes les possibilités qui s'offrent à eux en matière d'expérience de travail à l'international, et ce en un seul jour et en un seul lieu.

En tant qu'organisme d'information jeunesse, Bruxelles-J a eu l'opportunité d'informer et de guider les jeunes participants sur les diverses possibilités qui s'offraient à eux, notamment sur tout ce qui concerne leurs droits sociaux : droit au chômage, CPAS, allocations familiales au départ comme au retour sur le territoire belge.

8. Projets pour 2025

Un nouveau site web pour Bruxelles-J :

En 2018, le développement d'un nouveau site web pour Bruxelles-J avait été un tournant dans l'histoire de la plateforme. La mise en ligne de celui-ci a fait passer le trafic du site dans une autre dimension tout en permettant de réduire le nombre de questions posées en laissant les questions déjà posées et les réponses déjà données visibles. C'est toujours ce site qui est en ligne aujourd'hui et qui fonctionne toujours globalement bien.

Toutefois, ce site a quand même maintenant sept ans et il nous paraît pertinent d'essayer de s'adapter tant à l'évolution de l'usage d'internet, qu'à l'évolution du contenu de la plateforme. Premièrement, le site actuel utilise encore la plateforme Wordpress à laquelle de nombreuses fonctionnalités sont ajoutées via des extensions gratuites ou payantes selon les cas. Le souci est que le site est au fil des années devenu trop gros pour être un wordpress. A l'heure actuelle, on pousse à la limite les capacités d'un outil qui est plutôt fait pour héberger des blogs personnels ou des petits site web. Cela se marque notamment dans la sauvegarde automatisée du site web qui a lieu toutes les nuits et pose épisodiquement problème en raison de la taille de la base de données de Bruxelles-J.

Deuxièmement, bien que le site actuel ait obtenu des résultats excellents, l'analyse SEO menée l'année passée a mis en lumière que, sur le plan des bases de données et du code, le site n'a pas été optimisé. Pour faire simple, le site est plus lourd que ce qu'il pourrait être. Dans un contexte où plus de deux tiers de nos utilisateurs se connectent via leur smartphone, avoir le site le plus léger et le plus rapide possible nous paraît essentiel.

Troisièmement, l'usage d'internet a évolué. Les moteurs de recherche fonctionnent différemment qu'il y a sept ans : ils affichent notamment des bouts de réponse à une question posées directement en résultats. Il est donc possible de mieux exploiter notre contenu afin d'améliorer notre référencement, notamment en indexant mieux les questions posées et les réponses données sur la plateforme. De même, il est possible d'améliorer la connexion entre nos réseaux sociaux et la plateforme, notamment via une meilleure indexation de nos vidéos sur la plateforme.

Enfin, bien que nous ayons déjà à plusieurs reprises procédé à des modifications ponctuelles sur le site web afin d'y rendre la navigation plus facile (modification de la page d'accueil, compatibilité mobile, ...), il est possible de faire mieux et de mener une vraie réflexion de fond sur la facilité d'utilisation du site web et sa compatibilité mobile.

Pour toutes ces raisons, il a été décidé fin 2024 de développer un nouveau site web de Bruxelles-J. Ce nouveau site n'utilisera plus de plateforme standard de type wordpress mais sera un vrai site web personnalisé utilisant comme cadre technique Laravel. Dans un premier temps, l'objectif est de transférer le site web existant dans cette nouvelle architecture. Cela est sensé déjà améliorer les performances du site. En parallèle, une réflexion est menée avec un UX designer afin d'améliorer la navigabilité et la lisibilité du site pour les utilisateurs.

L'ambition est d'avoir une première mise en ligne du nouveau site web dans la première moitié de 2025.

Développement de nouvelles synergies à Auderghem :

Notre déménagement à Auderghem est pour nous l'occasion de développer de nouvelles collaborations au niveau local. La fin d'année 2024 a été fort chargée et nous n'avons pas encore pu nous asseoir autour d'une table avec les différents services communaux. Toutefois, cela sera l'un des objectifs des premiers mois de 2025. Créer du lien local, faire connaître Bruxelles-J autrement que via internet, demeure un objectif que nous continuons à poursuivre dès que nous en avons l'occasion. Idéalement, nous aimerions notamment tenter de créer un lien privilégié avec les différentes écoles de la commune. Nous verrons ce qui est faisable mais il est certain que notre installation au sein de la Maison de la prévention de la commune sera très utile à la création de ces synergies.

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 ne se sont pas fait attendre puisque notre section Actus a vu son trafic s'accroître de 30% chaque année depuis 3 ans. L'ambition pour 2025 est de continuer le travail mené ces dernières années 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 2025.

Développer le site de Brussel-J

Comme expliqué plus tôt dans ce rapport, début 2024, notre site néerlandophone a été modifié afin d'offrir les mêmes fonctionnalités que la plateforme francophone. Depuis, plusieurs de nos partenaires bilingues ont commencé à traduire leurs contenus en néerlandais et à offrir le même service de réponse aux questions en néerlandais également. Les fiches de Hub.info, Bru-Stars et la Plateforme pour le service citoyen sont ainsi déjà toutes traduites et publiées en néerlandais.

L'un des grands chantiers pour 2025 sera le développement de contenus néerlandophones par la Cité des Métiers en collaboration avec le VDAB et Tracé. Ensuite, une réflexion pourra être menée sur l'élargissement éventuel du partenariat à des opérateurs uniquement néerlandophones.

Evolution du plan annuel de communication :

Maintenant qu'on a un peu de recul historique, la décision prise fin 2020 d'investir plus sérieusement les différents réseaux sociaux en investissant des crédits dans le développement de contenus et d'un vrai plan annuel de communication apparaît avoir été la bonne. En quelques années, nous avons notre nombre de followers exploser sur TikTok et Instagram.

L'engagement en juillet 2023 d'une chargée de communication a clairement permis à l'association de passer un nouveau palier dans sa communication digitale car exploiter ces canaux à leur plein potentiel demande du temps et des compétences spécifiques : deux choses que l'équipe en place avant cette date n'avait pas en suffisance. Ainsi avec l'arrivée d'une chargée de communication, nous avons notamment pu réellement exploiter notre compte TikTok qui a littéralement explosé en 2024 au point de compter près de 6 000 followers actuellement.

L'objectif pour 2025 est de continuer dans cette direction en postant régulièrement du contenu plus travaillé sur les réseaux. Après avoir analysé les résultats de nos campagnes récentes, nous avons décidé de sponsoriser plus régulièrement les contenus que nous publions, même pour de petits montants plutôt que de concentrer le budget sur quelques campagnes ciblées. Un budget plus important sera toujours réservé au sponsoring des capsules tournées avec nos partenaires car leur visibilité est l'une des missions centrales de Bruxelles-J.

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. Début 2024, nous l'avons engagée en CDI à mi-temps. En fin d'année, nous avons pu la faire passer en 3/5ième temps. L'objectif à terme est de pouvoir avoir une chargée de communication avec un contrat 4/5ième ou un temps plein. Bruxelles-J compterait alors 2,6 ETP.

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. Plusieurs nouvelles fiches sont déjà en cours de discussion avec nos partenaires pour 2025. La création de nouvelles fiches informatives générant des frais structurels (mise à jour annuelle, réponse au question), leur développement en nombre dépendra également des crédits à disposition de Bruxelles-J.

Développement d'animations sur l'éducation aux médias

Arrivée à Bruxelles-J pendant la période si particulière de la pandémie de Covid-19, la nouvelle équipe de Bruxelles-J s'est depuis 5 ans beaucoup intéresser à la question de l'éducation aux médias. Visite d'une exposition sur l'histoire de la désinformation, rencontre avec Lie Detector ou avec Faky (RTBF), ...nous avons réalisé de nombreuses démarches dans le cadre de notre section actualités.

Depuis 2 ans, nous avons décidé de passer à la vitesse supérieure à ce niveau en suivant plusieurs formations en lien avec l'animation de groupe, l'utilisation des réseaux sociaux et la critique de l'information. Notre ambition est que ces différentes démarches se concrétisent dans la création d'une animation sur l'éducation aux médias à destination des 10-18 ans. Il s'agit en effet d'une thématique où nous avons acquis une certaine expertise et qui est en lien avec notre travail quotidien d'information en ligne. Des contacts ont été pris et nous espérons pouvoir les premiers tests avant la rentrée de septembre 2025.

9. Le partenariat

Les partenaires francophones de Bruxelles-J sont :

- 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
- Hub.Info
- Bru-Stars
- la Fédération des Centres Pluralistes de Planning Familial (**Nouveau !**)

10. Jeugd informatie in het Nederlands

De Nederlandstalige partners van Brussel-J zijn:

- Het Beroepenpunt Brussel
- Hub.Info
- Platform voor de samenlevingsdienst
- Bru-Stars

Informatie en contactadressen van Nederlandstalige organisaties die specifiek actief zijn op het gebied van jeugd informatie in het Brusselse Gewest :

- Brik
- Cultuurloket
- JAC
- Muntpunt

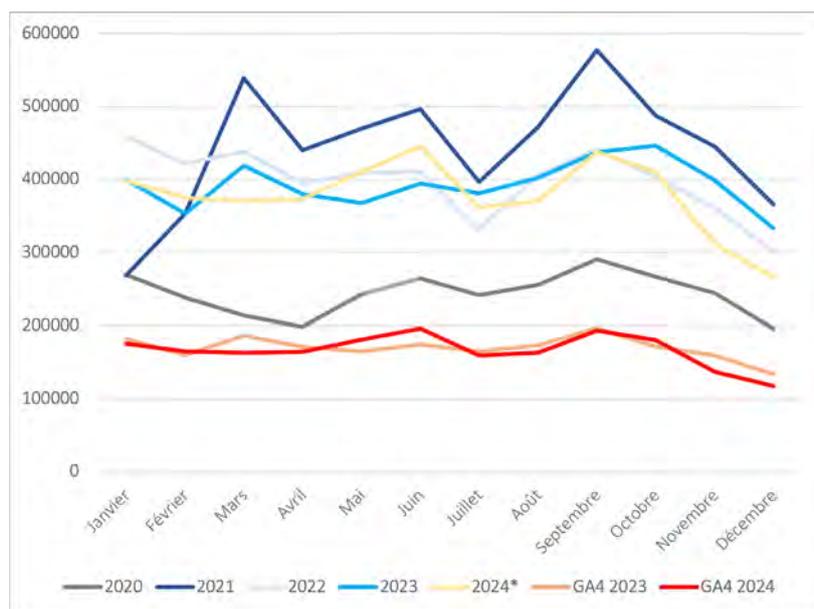
11. Les 25 pages les plus consultées en 2024

1. Quelles sont les catégories et les montants du revenu d'intégration (RIS) et de l'aide sociale ?
2. Es-tu obligé de voter ?
3. Le service d'information en ligne pour les jeunes de Bruxelles (page d'accueil)
4. Quels sont les montants des allocations de chômage ?
5. Le contrat de bail de résidence principale : comment le rompre ?
6. Comment quitter ton emploi ?
7. Accès au séjour pour venir étudier en Belgique (étrangers hors EEE)
8. Demander une équivalence de diplôme pour venir étudier en Belgique
9. Les hautes écoles en Belgique
10. As-tu droit à des vacances européennes ou supplémentaires ?
11. À quelles conditions ton bailleur peut-il mettre fin à ton bail ?
12. Entrer dans la police
13. Quels sont les différents types d'élection ?
14. Quelles sont les conditions requises pour voter ?
15. Inscription dans l'enseignement supérieur en Belgique francophone
16. L'absentéisme scolaire
17. Cannabis : permis ou interdit ?
18. Quel est le salaire minimum pour un étudiant en Belgique ?
19. Le CPAS et les contrats article 60/61
20. Que fait le CPAS pour les étudiants ?
21. Rechercher un logement à louer à Bruxelles : comment faire ?
22. Les pensions alimentaires : comment ça marche ?
23. Les universités francophones en Belgique
24. CIP : la convention d'immersion professionnelle
25. Quelles sont les conditions pour bénéficier des allocations de chômage ?

12. Les visites sur le site entre 2020 et 2024

En 2024, 4 526 287 pages ont été consultées sur le site de Bruxelles-J. Cela représente une baisse de 3,90 % par rapport à 2023. Comme déjà évoqué, en raison de la situation sanitaire, 2021 avait été une année record avec une augmentation du nombre de pages vues de

81,9 %, il y a depuis eu une forme de rattrapage avec une baisse légère du nombre de pages vues chaque année. Toutefois, le nombre de pages vues est toujours supérieur de 59,23 % à ce qu'il était en 2019.



* Données simulées sur base du rapport entre chiffres GA4 et Universal Analytics de Bruxelles-J en 2022.

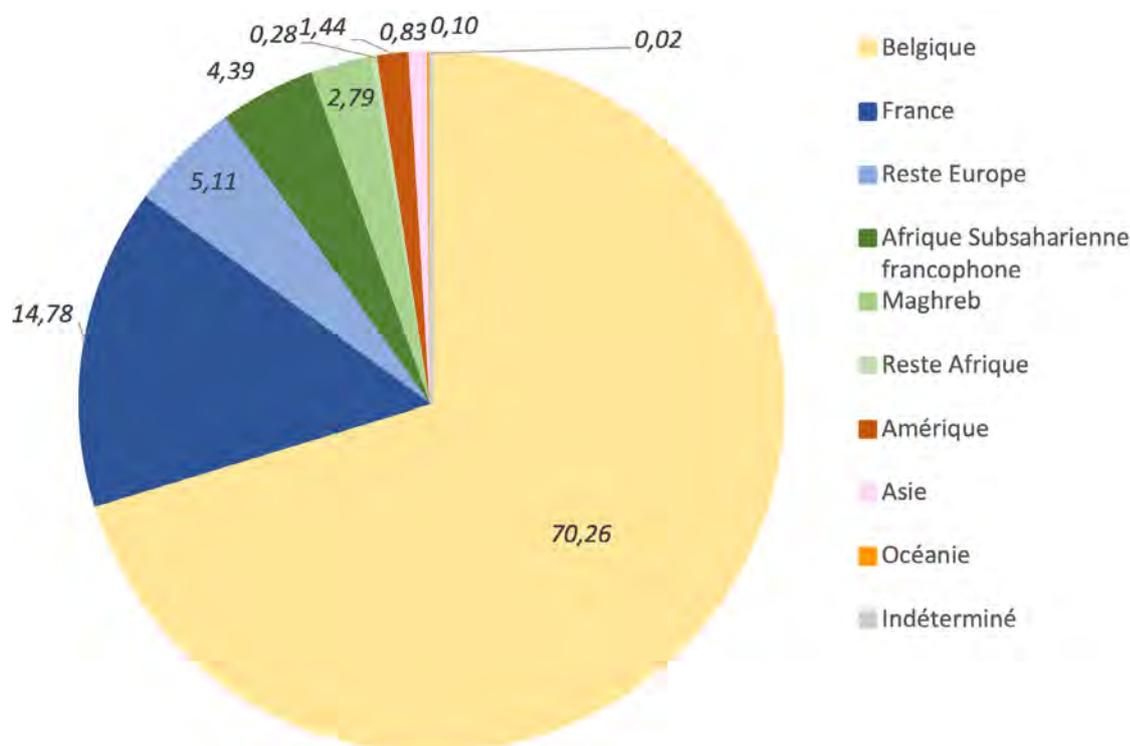
Graphique 1. Comparaison du nombre de pages vues par mois entre 2020 et 2024 (Données issues de Google Analytics, 2025).

En termes d'évolution dans le temps du nombre de pages vues, 2024 a un profil intermédiaire avec celui des années précédentes. Comme en 2020 et, contrairement à 2021, 2022 et 2023, on n'a pas assisté en 2024 à un pic de trafic à la sortie de l'hiver en mars. A l'inverse, comme en 2021, et contrairement à 2020, 2022 et 2023, on a retrouvé des pics de fréquentations très marqués en juin et en septembre. Le pic de juin s'explique notamment par les élections fédérales et régionales qui ont généré un surcroît de recherche d'information à ce sujet. Le pic de septembre est un habituel et correspond évidemment à la rentrée scolaire et aux différentes questions que celle-ci génère sur différents plans : bourse, orientation,

logement, ... Comme en 2023, on observe un certain prolongement de ce pic sur le mois d'octobre pendant lequel le trafic sur la plateforme demeure haut. Comme toujours depuis que nous rédigeons ce rapport, on constate une diminution du nombre de pages vues en fin d'année. Cette baisse se marque également sur le nombre de questions posées. Cela semble être un moment de l'année où on est «lancé». Les questions relatives à une réorientation par exemple pour les étudiants dans le supérieur, arriveront un peu plus tard. En outre, les fêtes de fin d'année sont encore un moment d'accalmie dans nos sociétés.

13. L'origine géographique de nos utilisateurs

Le trafic sur le site de Bruxelles-J conserve d'année en année une dimension internationale importante puisqu'un peu moins d'un tiers du trafic annuel (29,74 %) provient de l'étranger. Sans surprise, la francophonie (France, Maghreb, Afrique de l'Ouest, ...) constitue comme chaque année le gros des utilisateurs étrangers.



Graphique 2. Part des différentes zones géographiques dans le trafic sur le site en 2024 (Données internes issues de Google Analytics, 2025).

Au fil des années, le rayonnement international de Bruxelles-J a eu tendance à augmenter. 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, sont les piliers du bon référencement de Bruxelles-J sur les moteurs de recherche. C'est ce bon référencement qui a pour conséquence de faire de Bruxelles-J une ressource intéressante, même à l'étranger.

Zones géographiques	Part dans le trafic 2023 (%)	Part dans le trafic 2024 (%)	Evolution 2023-2024 (%)
Belgique	72 %	70,26 %	-1,74 %
Europe	18,1 %	19,89 %	+ 1,79 %
- Dont France	12,8 %	14,78 %	+1,98 %
Afrique	7,3 %	7,46 %	+0,16 %
- Dont Afrique subsaharienne francophone	4,3 %	4,39 %	+0,09 %
- Dont Maghreb	2,9 %	2,79 %	-0,11 %
Amérique	1,8 %	1,44 %	-0,36 %
Asie	0,7 %	0,83 %	+0,13 %
Océanie	0,01 %	0,10 %	+0,09 %
Indéterminé	0,05 %	0,02 %	-0,03 %

Tableau 12. Evolution de la part relative des différentes zones géographiques entre 2023 et 2024 (Données internes issues de Google Analytics, 2025).

Bien qu'il y ait des petites variations de la part relatives des différentes zones géographiques, ces variations n'ont lieu qu'à la marge. Comme les chiffres ci-dessus l'attestent, le profil géographique des utilisateurs de Bruxelles-J reste tout de même assez similaire d'années en années. Belgique, France, Maghreb et Afrique subsaharienne francophone constituent 92,2 % du trafic sur la plateforme en 2024.

Avec plus de 70% du trafic, la Belgique arrive logiquement en première position. C'est évidemment une bonne nouvelle qui confirme que Bruxelles-J arrive à atteindre son public-cible : les jeunes belges et bruxellois en quête d'information. La seule évolution vraiment notable cette année est le léger tassement de la part relative du trafic belge au profit du trafic issu de France. Grâce notamment à un enseignement supérieur plus démocratique et moins élitiste, la Belgique attire chaque année un grand nombre d'étudiants français et cela explique une partie du trafic issu de notre grand voisin.

	2023*		2024**		Évolution 2023-2024	2024 GA4***	
	Effectif	%	Effectif	%		Effectif	%
Bruxelles	777 293	38,8 %	846 321	40,9 %	+2,1 %	382 203	40,9 %
Wallonie	530 361	26,5 %	600 822	29 %	+3,5 %	271 347	29 %
Flandres	594 081	29,7 %	536 707	26 %	-3,7 %	242 320	26 %
Indéterminé	100 593	5 %	84 384	4,1 %	-0,9 %	38 064	4,1 %
Total	2 002 329	100 %	2 068 234	100 %	/	933 934	100 %

* Données simulées à partir du trafic au 30/09/2023 en raison de l'arrêt de Google Universal Analytics.

** Données simulées sur base du rapport entre chiffres GA4 et Universal Analytics de Bruxelles-J en 2022.

*** Données basées uniquement sur les utilisateurs actifs et pas sur l'ensemble des utilisateurs.

Tableau 13. Evolution de la part des différentes régions dans le trafic national sur le site de Bruxelles-J entre 2023 et 2024 (Données internes issues de Google Analytics, 2025).

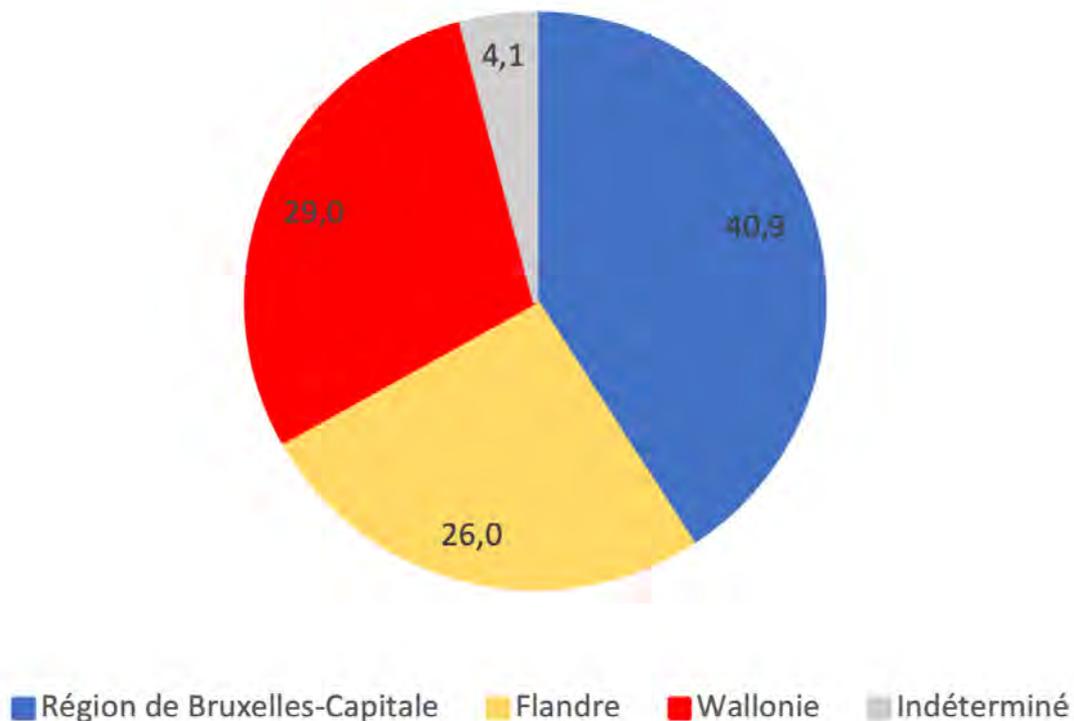
Tout d'abord, pour analyser le trafic national sur Bruxelles-J, nous avons dû simuler les chiffres sur base des proportions d'utilisateurs actifs dans Google Analytics 4. En effet, GA4 n'offre d'analyse géographique que sur les utilisateurs actifs. Or, cette donnée ne correspond pas à l'ensemble des utilisateurs, ni à l'ensemble des utilisateurs uniques, ni à l'ensemble des utilisateurs avec engagement. Pour être tout à fait honnête, on ne sait pas exactement à l'heure actuelle à quoi correspondent les utilisateurs actifs. Nous avons donc utilisé les proportions données par cette donnée sur l'ensemble des utilisateurs pour pouvoir faire des comparaisons dans le temps.

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 2024, les utilisateurs Bruxellois ont représenté 40,9 % du trafic national sur la plateforme. Il s'agit là d'une légère augmentation de 2,1 % par rapport à 2023. Il s'agit là d'une relative stabilisation après un recul en 2022 et en 2023. Toutefois, cette stabilité du trafic bruxellois ne s'observe qu'en part relatives ; en nombres absolus, le trafic bruxellois a augmenté en 2023 et en 2024 pour atteindre cette année 846 321 utilisations.

L'évolution du trafic issu des autres entités fédérées présente une évolution cohérente cette année, même si des questions restent en suspens. En effet, après avoir augmenté de près de 200 000 utilisations en 2022 (+11%) et en 2023 (+8,3%), le trafic issu de Flandre s'est légèrement tassé cette année (-3,7%). Toutefois, avec plus d'un demi-million d'utilisations en Flandre, le trafic sur le site francophone de Bruxelles-J reste étonnamment haut au nord du pays. Il y a là quelque chose qu'on ne parvient pas à expliquer malgré nos différentes recherches sur le sujet. Cela est d'autant plus curieux 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.

Le trafic issu de Région Wallonne affiche quant à lui une légère hausse (+3,5%). Combiné au léger recul du trafic issu de Flandre, la Wallonie repasse ainsi au-dessus de la Flandre et redevient la deuxième source de trafic sur Bruxelles-J avec plus de 600 000 utilisations. Les choses rentrent ainsi dans l'ordre après une année 2023 aux résultats surprenants ! Au niveau national, on peut également conclure que Bruxelles-J atteint ses objectifs avec près d'un million et demi d'utilisations issues de la Fédération Wallonie-Bruxelles !

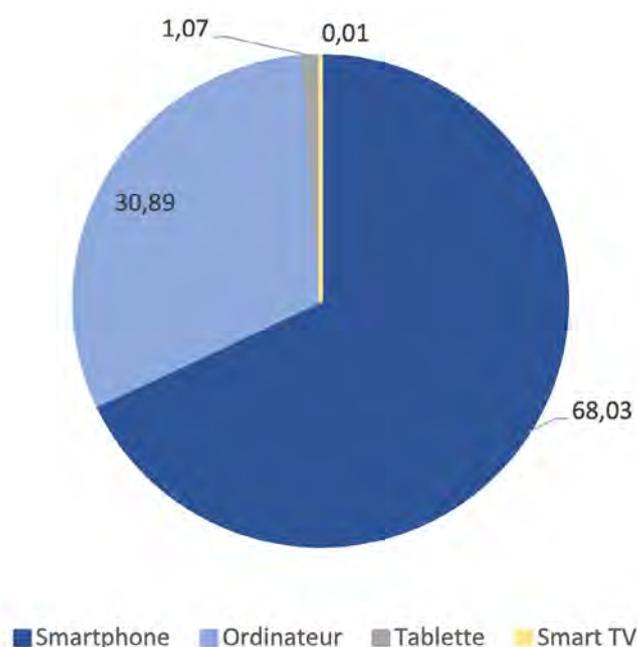


Graphique 3. Part des différentes régions dans le trafic national sur le site de Bruxelles-J en 2024
(Données internes issues de Google Analytics, 2025).

14. Les outils de navigation

La proportion des différents outils de navigation est relativement stable depuis plusieurs années. La part des ordinateurs (+ 1,19 %) se stabilise depuis quelques années. S'il est évident qu'il y a une dimension générationnelle : les moins de 30 ans utilisant beaucoup plus spontanément leur smartphone pour naviguer sur internet que les générations plus âgées, il semble que l'ordinateur personnel ne doive pas totalement disparaître du paysage. Les smartphones (- 1,27 %) 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 tablettes restent une manière marginale de consulter la plateforme (+0,07%).

Enfin, bien que son importance soit marginale, c'est la première fois cette année que nous voyons apparaître des consultations du site via Smart TV. Il faudra voir si ce médium demeure ultra-marginal ou s'il gagne des parts de marché à l'avenir.



Graphique 4. Part des différents outils de navigation dans le trafic du site en 2024
(Données internes issues de Google Analytics, 2025).

15. Données démographiques partielles

Il est important de garder en mémoire 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.) sur l'ensemble des utilisateurs du site. Les données présentées ci-après ont été compilées sur un peu plus d'un quart des utilisateurs de Bruxelles-J (27,6 %) des utilisateurs actifs, donnée dont on n'a déjà signalé qu'on ne savait exactement à quoi elle correspondait. Ces chiffres sont basés sur un peu plus de 330 000 utilisateurs, ce qui représente 17% des utilisateurs de la plateforme en 2024. Par conséquent, elles ont une dimension indicative intéressante mais elles ne sont pas statistiquement représentatives.

Classes d'âges sur la plateforme :

En l'absence de données sur les mineurs, il ressort tout de même de ces données une tendance inquiétante si elle se confirme durablement dans le temps. En effet, si Bruxelles-J touche bien les jeunes adultes de 25 à 34 ans (+0,75%), on constate une réduction forte du trafic provenant des 18-24 ans (-6,39 %) et des 35-44 ans (-6,16 %). Cette réduction en part relative profite aux classes d'âges plus âgées puisque les 55-64 augmentent de 4,73 % et les +65 ans de 5,26 %.

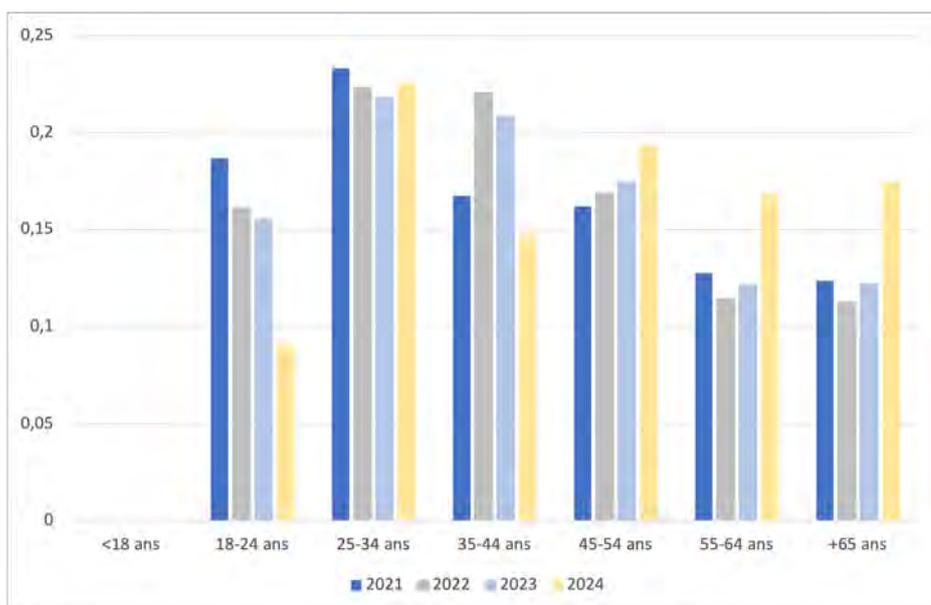
Classes d'âges	2021	2022	2023	2024
<18 ans	Récolte de données interdite pour les mineurs			
18-24 ans	18,68 %	16,12 %	15,5 %	9,11 %
25-34 ans	23,31 %	22,31 %	21,8 %	22,55 %
35-44 ans	16,74 %	22,06 %	20,84 %	14,68 %
45-54 ans	16,18 %	16,89 %	17,47 %	19,34 %
55-64 ans	12,73 %	11,41 %	12,13 %	16,86 %
+65 ans	12,36 %	11,23 %	12,18 %	17,44 %

Tableau 14. Part des différentes classes d'âges dans le trafic sur le site de Bruxelles-J (Données partielles) (Données internes issues de Google Analytics, 2025).

Il s'agit bien sûr de données partielles et il est évident que des professionnels et des parents consultent Bruxelles-J pour des jeunes avec qui ils sont en lien. Néanmoins, il va falloir voir si cette rupture forte se confirme dans les années à venir où s'il s'agit juste d'une anomalie statistique. Ces chiffres montrent également quelques choses que nous observons au quotidien tout au long de l'année : 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.

Pour tempérer la portée de cette observation, on constate tout de même que la section « Étudier & te former » concentre à elle seule plus d'un tiers du trafic sur la plateforme de Bruxelles-J (33,39 %). Il est donc clair que ce sont toujours des thématiques « jeunes » qui sont au cœur de la fréquentation de notre plateforme.

Le point suivant va l'illustrer mais ces chiffres confirment également qu'il est essentiel d'être présent sur les réseaux sociaux pour rester en contact avec les jeunes générations.



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, 2025)

Classes d'âges sur nos réseaux sociaux :

Ces chiffres confirment encore une fois 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 50 % de moins de 35 ans. Notre audience sur les réseaux sociaux est statistiquement plus jeune que sur notre site web.

On observe également très clairement le différentiel générationnel entre les réseaux sociaux avec une audience de plus en plus jeune en passant de Facebook à Instagram puis à TikTok et Snapchat. Le choix

Classes d'âges	Facebook	Instagram	TikTok	Snapchat
<18 ans	Récolte de données interdite pour les mineurs			16 %
18-24 ans	9,9 %	14,8 %	47,5 %	38 %
25-34 ans	41,8 %	53,3 %	24,1 %	22 %
35-44 ans	23,7 %	20 %	10,8 %	24 %
45-54 ans	12,8 %	7,3 %	9,1 %	
55-64 ans	7,1 %	2,9 %	8,5 %	
+65 ans	4,7 %	1,7 %		

Tableau 15. Part des différentes classes d'âges dans notre audience sur les différents réseaux sociaux (Données internes à Bruxelles-J, 2025)

de concentrer notre budget publicitaire sur Instagram, TikTok et Snapchat 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.

Sur Instagram, ce sont surtout les jeunes adultes qui sont touchés par bruxelles-J puisque les 25-34 ans y représentent plus de la moitié de l'audience (53,3%). A l'inverse, sur TikTok et Snapchat, nous parvenons à atteindre les jeunes qui sont encore aux études (47,5% et 54%). Par conséquent, il nous semble important de continuer dans cette direction et de continuer à renforcer notre présence sur ces deux plateformes. Sur Snapchat, on touche même 16% de 13-17 ans d'après les statistiques proposées par la plateforme.

Ce profil par âges de notre audience sur différentes plateformes confirme qu'il est très important d'être présent sur différents réseaux car on y touche une audience différente et complémentaire de l'audience de la plateforme web de Bruxelles-J. Les jeunes générations s'informent beaucoup via les réseaux sociaux de leur génération et il est essentiel d'y être activement présents !

Répartitions par sexes :

Les données sur le sexe des utilisateurs sont basées sur 28,5 % des utilisateurs actifs du site de Bruxelles-J, soit 344 480 utilisateurs et 17,6% du trafic total sur la plateforme.

	2021	2022	2023	2024
Femmes	58,1 %	52,8 %	53,2 %	61,1 %
Hommes	41,9 %	47,2 %	46,8 %	38,9 %

Tableau 16. Répartition par sexes du trafic sur le site de Bruxelles-J
(Données partielles) (Données internes issues de Google Analytics, 2025).

Comme chaque année, on observe en 2024 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. Toutefois, un peu comme pour les données par âges de la plateforme, les chiffres de cette année sont plus clivés avec une augmentation de la part du trafic féminin de 7,9 % ! Il faudra voir si ce changement est lié au passage à

Google Analytics 4 qui compterait un peu différemment que le système précédent.

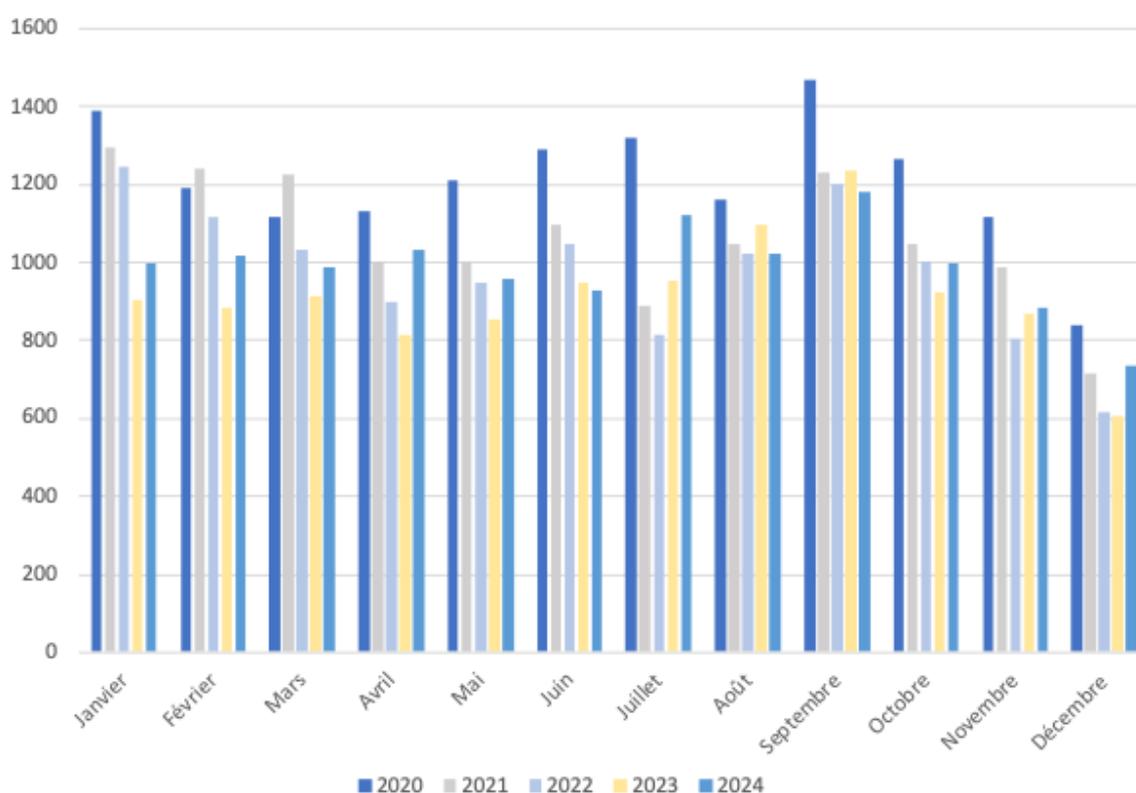
Sur nos réseaux sociaux, on observe également une surreprésentation féminine avec des ordres de grandeur comparables plaçant les femmes un peu au-dessus des 60 % de l'audience. TikTok et Snapchat présentent une surreprésentation un peu plus faible autour de 55 % pour le premier et de 51% pour Snapchat qui est pratiquement à la parité parfaite

16. Les demandes d'informations en 2024

Cette année Bruxelles-J et ses partenaires ont traité 11 862 questions. Cela représente une augmentation de 7,85% par rapport à 2023, année pendant laquelle nous avons traité

10 999 questions. Cela confirme l'évolution vers une stabilisation du nombre de questions observée ces dernières années. 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 faut néanmoins noter que 2024 a été une année particulière en Belgique avec la tenue d'élection pour tous les niveaux de pouvoirs. Ces élections ont évidemment engendré un flux accru de questions relatives à la citoyenneté, un peu plus de 200, et expliquent une partie de la hausse par rapport à 2023.

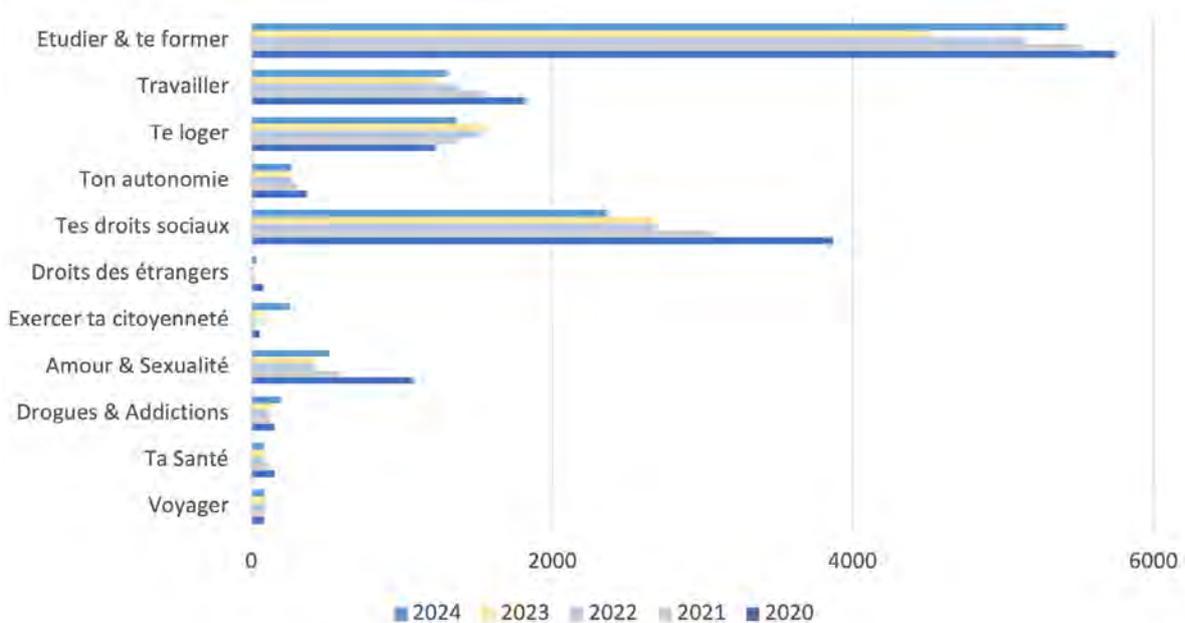


Graphique 6. Comparaison de l'évolution mensuelle du nombre de demandes d'information entre 2020 et 2024 (Données internes à Bruxelles-J, 2025).

En termes d'évolution mensuelle, nous avons été au-dessus de 2023 pratiquement toute l'année, seuls août et septembre font exception. Septembre, avec la rentrée scolaire et académique, demeure encore et toujours le mois où nous recevons le plus grand nombre de demandes d'information, même si le pic de septembre semble moins marqué qu'il y a quelques années. Avec l'évolution des rythmes scolaires dans l'enseignement francophone, on observe un décalage progressif du pic de juin vers juillet. Ce pic est souvent lié aux questions d'orientation scolaire ou académique, de recours ou encore de jobs étudiants.

Comme chaque année, les questions posées sur notre site concernent majoritairement la thématique «**Etudier & te former** » qui comptabilise à elle seule une petite moitié du nombre de questions posées sur la plateforme. Le nombre de questions liées à la scolarité a fortement augmenté cette année après une petite baisse l’an passé. L’évolution du cadre légal n’est pas étrangère à cette hausse mais nous sommes heureux de voir que Bruxelles-J et ses partenaires sont toujours vus comme une source fiable d’informations pour par les étudiants et leurs proches. En deuxième position, on retrouve la thématique des «**Droits sociaux** » avec plus de 2000 questions posées. Cela confirme que la scolarité et les questions liées au chômage, au CPAS et aux différentes aides sociales demeurent notre cœur de métier.

Bien qu’elles concernent un volume de questions moindre, différentes évolutions sont néanmoins à noter. Premièrement, après plusieurs années de hausse constante, le nombre de questions relative au logement recule légèrement cette année. Notre volonté de répondre majoritairement aux locataires et un peu moins aux propriétaires a peut-être joué dans cette évolution. Deuxièmement, en raison des élections, on observe une demande accrue d’informations relatives à la citoyenneté. C’était attendu mais cela confirme que les jeunes s’intéressent à la question politique et à l’évolution de la société. Troisièmement, la reprise de la section « **Amour & sexualité** » par la FCPPF a, semble-t-il, été bénéfique puisque le nombre de questions reçues y est en hausse pour la première fois depuis 3 ans. Enfin, bien que le volume de questions y soit raisonnable, notre section « **Drogues et addictions** » reçoit d’année en année de plus en plus de demandes d’information.



Graphique 7. Comparaison entre 2020 et 2024 du nombre de demandes d’information par thématiques (Données internes à Bruxelles-J, 2025).

CONCLUSION

2024 a été une année de challenges pour Bruxelles-J. Un déménagement avec à la clef une période de quatre mois sans bureau, la cessation d'activité d'Alter-Visio, une confirmation tardive du montant de nos subsides 2024 en raison des élections, l'arrêt de Universal Analytics, ...Fort heureusement, Bruxelles-J a réussi à franchir ces différents obstacles et s'offre même une année record en termes de nombre d'utilisations du site web. En outre, après plusieurs années à la baisse, le nombre de questions posées a également ré-augmenté cette année (+7,85%). Toute cela est évidemment réjouissant et confirme la pertinence d'un projet collaboratif d'information jeunesse comme celui de Bruxelles-J et de ses partenaires.

Par ailleurs, 2024 a sans doute été une année de bascule au niveau de la notoriété de Bruxelles-J sur les réseaux sociaux. Avec l'explosion de notre compte TikTok et la forte croissance notre compte Instagram, Bruxelles-J semble enfin réussir à se construire une véritable audience sur ces plateformes. Il y a bien sûr toujours des publications qui rencontrent moins de succès mais nous avons dorénavant très régulièrement des publications qui sont vues des dizaines de milliers de fois. Sachant qu'on touche là un public plus jeune et qui s'informe beaucoup via ces canaux, il apparaît essentiel de continuer à développer notre action sur les réseaux sociaux et même de la renforcer dans la mesure du possible.

Un autre événement marquant de l'année de Bruxelles-J a bien évidemment été le développement de notre site néerlandophone, Brussel-J, qui offre dorénavant pour certaines thématiques exactement le même service qu'en français. Ce développement de l'information jeunesse en néerlandais était un objectif de longue date et nous sommes heureux de voir celui-ci se concrétiser. Avec l'arrivée de la Cité des Métiers, notre offre de contenus en néerlandais va encore s'étoffer en 2025.

Pour le reste, nous sommes resté dans la continuité des engagements pris dès 2021 par la nouvelle équipe de Bruxelles-J. Développement de contenus « investigation » moins nombreux mais plus qualitatifs, création en collaboration avec nos partenaires de nouvelles fiches d'informations afin de coller aux évolutions sociétales observées, travail de veille et développement de notre section « Actus » en français et en néerlandais, ... , toutes ces actions ont continué à être développées tout au long de l'année. A ce niveau, l'arrivée dans le partenariat de la FCPPF et sa prise en charge de notre section EVRAS offre évidemment des perspectives de développement intéressantes puis nous avons maintenant un opérateur important du secteur qui est membre de Bruxelles-J.

Alors que le contexte international est en mutation avec des tensions géopolitiques nouvelles et l'émergence de Deepseek, l'intelligence artificielle chinoise, pour concurrencer ChatGPT, 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 sa présence sur les réseaux sociaux, rester à l'écoute de la société et des changements qui la traverse, ...Bruxelles-J et ses partenaires sont prêts pour relever ces défis en 2025 et après ! Encore faudra-t-il qu'ils en aient les moyens ! Le blocage politique actuel de la Région bruxelloise est évidemment une difficulté pour Bruxelles-J comme pour l'ensemble du secteur associatif. Une fois la nouvelle majorité en place, il faudra voir quel regard elle portera sur l'action menée par Bruxelles-J et ses partenaires depuis 29 ans ! Elle nous semble en tout cas toujours aussi pertinente aujourd'hui.

Index des figures

P3 : Figure 1. Question d'Ibrahim reçue le 4 novembre 2024.

P6 : Tableau 1. Evolution du trafic sur le site de Bruxelles-J entre 2015 et 2024

P9 : Tableau 2. Comparaison du nombre de questions reçues par les partenaires en 2024 selon le système de comptabilisation

P10 : Tableau 3. Evolution du trafic sur le site de Brussel-J entre 2021 et 2024

P15 : Tableau 4. Evolution du trafic de la section actualités du site entre 2021 et 2024

P17 : Tableau 5. Fiches créées sur le site de Bruxelles-J en 2024

P18 : Tableau 6. Suivi de l'évolution de la présence de Bruxelles-J sur les réseaux sociaux

P19 : Tableau 7. Suivi de l'évolution des interactions sur nos réseaux sociaux principaux entre 2023 et 2024

P20 : Tableau 8. Résultats du sponsoring des capsules partenaires sur Instagram en 2024

P21 : Tableau 9. Résultats du sponsoring des capsules partenaires sur Snapchat et TikTok en 2024

P23 : Tableau 10. Origine du trafic sur Bruxelles-J en 2024

P24 : Tableau 11. Evolution du nombre de présentoirs distribués par Bruxelles-J entre 2018 et 2024

P32 : Graphique 1. Comparaison du nombre de pages vues par mois entre 2020 et 2024

P33 : Graphique 2. Part des différentes zones géographiques dans le trafic sur le site en 2024

P34 : Tableau 12. Evolution de la part relative des différentes zones géographiques entre 2023 et 2024
Tableau 13. Evolution de la part des différentes régions dans le trafic national sur le site de Bruxelles-J entre 2023 et 2024

P35 : Graphique 3. Part des différentes régions dans le trafic national sur le site de Bruxelles-J en 2024

P36 : Graphique 4. Part des différents outils de navigation dans le trafic du site en 2024

P37 : Tableau 14. Part des différentes classes d'âges dans le trafic sur le site de Bruxelles-J
Graphique 5. Part des différentes classes d'âges dans le trafic sur le site de Bruxelles-J

P38 : Tableau 15. Part des différentes classes d'âges dans notre audience sur les différents réseaux sociaux

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

P40 : Graphique 6. Comparaison de l'évolution mensuelle du nombre de demandes d'information entre 2020 et 2024

P41 : Graphique 7. Comparaison entre 2020 et 2024 du nombre de demandes d'information par thématiques

BRUXELLES-J ASBL

Chaussée de Wavre 1326 | 1160 Auderghem
www.bruxelles-j.be | info@bruxelles-j.be | 02 850 64 42
IBAN BE89 0012 9769 3985 | N° d'entreprise 459 530 075

AVEC LE SOUTIEN DE:

