

CASABLANCA

Media Partners

www.casamedia.ma

Arab Youth & Medias

A REPORT BY MOSTAPHA MELLOUK FOR

MED MEDIA



This project is funded by
the European Union



BBC
MEDIA ACTION

This project is implemented by a consortium
led by BBC Media Action



La Jeunesse Arabe & les Media

LES JEUNES DANS LES PAYS ARABES

Profil de la Génération Y dans la région arabe

Qui sont-ils et qu'utilisent-ils ?

Importance Démographique

Utilisation des medias sociaux

TV ou Internet?

Consommation de contenu

Génération Z Age 10-14

- ✦ Prédilection pour le digital dès la naissance
- ✦ Utilisation précoce des tablettes et smartphones, avant les PC/laptops

34%

Plus d'1 fois/j



Moins d'1 fois/j

Plus de la moitié de la Gen Z sont déjà sur les réseaux sociaux plus d'une fois par jour...

Génération Y Age 15-34

- ✦ N'ont jamais connu un monde sans Internet et sans mobiles
- ✦ La génération du printemps arabe
- ✦ Smartphones, Twitter, YouTube, Facebook

37%

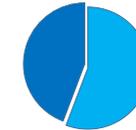


Gen Y sont les réseaux sociaux les plus actifs, -62% les utilisent plus d'une fois par jour ...

Génération X Age 35-44

- ✦ Utilisation de la technologie, éthique du travail
- ✦ ont commencé à travailler pendant le 1^{er} boom internet
- ✦ PC, PVR, MP3, Google, Facebook

11%



... 48% de la Gen X se connectent une fois par jour ou plus ...

Baby Boomers Age 45+

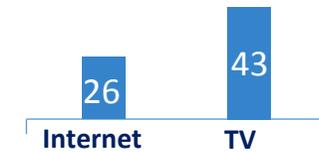
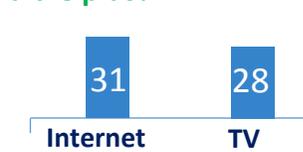
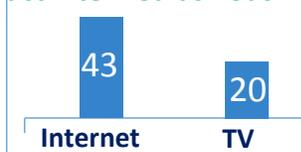
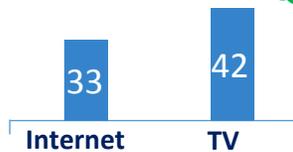
- ✦ Éthique de travail & respect général
- ✦ La TV reste le média le plus consommé

18%



... Et seulement 35% des «baby-boomers»

Quelle activité médias vous manquerait le plus?



- ✦ 50% sont sur YouTube chaque jour
- ✦ 75% d'entre eux ont chargé au moins une photo sur les réseaux sociaux

- ✦ 1/3 sur YouTube chaque jour
- ✦ 60% ont chargé au moins une photo

- ✦ 13% chaque jour sur YouTube
- ✦ 60% ont chargé au moins une photo

Les jeunes adultes arabes : la clé du développement économique et culturel

Jeune adulte, l'énergie de l'avenir

- ✦ La tranche d'âge entre **15 et 25 ans** est estimée à **plus de 65 millions** (20 % de la population arabe), et constitue l'épine dorsale du développement économique et culturel.
- ✦ Des adolescents aux jeunes adultes, la jeunesse arabe passe par une phase **ambivalente et cruciale**. Ils veulent toujours s'amuser, mais doivent faire des choix sérieux et clairs concernant la vie d'adulte qu'ils entament.
- ✦ Les jeunes arabes sont les **citoyens d'aujourd'hui et les leaders de demain**, revendiquant des droits et à la recherche de changement. Ils sont ouverts aux échanges et au dialogue, soucieux de développer la créativité et tiennent à participer
 - ✦ à la vie sociale, éducative
 - ✦ et professionnelle.
- ✦ Ils sont **l'énergie de l'avenir** et le groupe le plus susceptible d'adopter les nouvelles tendances de changement dans le monde arabe, de s'engager pour briser le statu quo, de rechercher et implémenter de nouvelles solutions de.
- ✦ La prospérité des sociétés arabes de demain, dépendra de l'investissement dans la réussite de la jeunesse arabe d'aujourd'hui, **en ouvrant la voie à leur participation sociale, économique, et politique.**





La Jeunesse Arabe & les Media

LEURS PRINCIPALES PRÉOCCUPATIONS ET ATTENTES

Tendances mondiales des jeunes - Sujets principaux

Économie

- ✦ Chômage
- ✦ Pauvreté et pauvreté au travail
- ✦ Préoccupation au sujet des emplois et salaires décents
- ✦ Participation à l'économie informelle

Éducation

- ✦ Taux de scolarisation plus élevé à tous les niveaux d'enseignement
- ✦ Abandon scolaire au primaire et au secondaire (problème persistant)
- ✦ La technologie est le domaine le plus demandé pendant les études

- ✦ Participation politique éco et sociale
- ✦ L'interaction en ligne (SMS, les médias sociaux principaux canaux de com)
- ✦ Plus bénévoles que les générations précédentes
- ✦ Le respect de l'environnement
- ✦ Gangs de jeunes et conflits armés: principales menaces à la sécurité

Politique, Société et Sécurité

- ✦ VIH / SIDA et autres MST encore des sujets brûlants/critiques dans certaines régions
- ✦ Faibles niveaux d'utilisation de la contraception à travers plusieurs régions
- ✦ Obésité, nombre de jeunes en surpoids et de diabète, en croissance
- ✦ Nombre d'avortements à risque encore élevé.

Santé

Principaux défis pour les jeunes

- L'exclusion des processus politiques et civiques
- Les taux élevés de chômage et de sous-emploi
- La mauvaise qualité de l'éducation, souvent combinée à une infrastructure faible
- Un changement dans la définition de l'âge adulte et la formation d'une famille plus tard
- L'inégalité Hommes/Femmes
- Le manque de services d'information et de santé,
- Le manque de communication entre les générations
- Freins à l'accès aux programmes existants pour jeunes



Points de vue des jeunes sur les solutions

- Renforcement des opportunités dans les processus civiques et politiques
- Réforme de l'enseignement
- Augmenter les opportunités d'emploi pour les jeunes
- Améliorer l'accès à l'information et aux services de santé



La Jeunesse Arabe ^{les} & Media

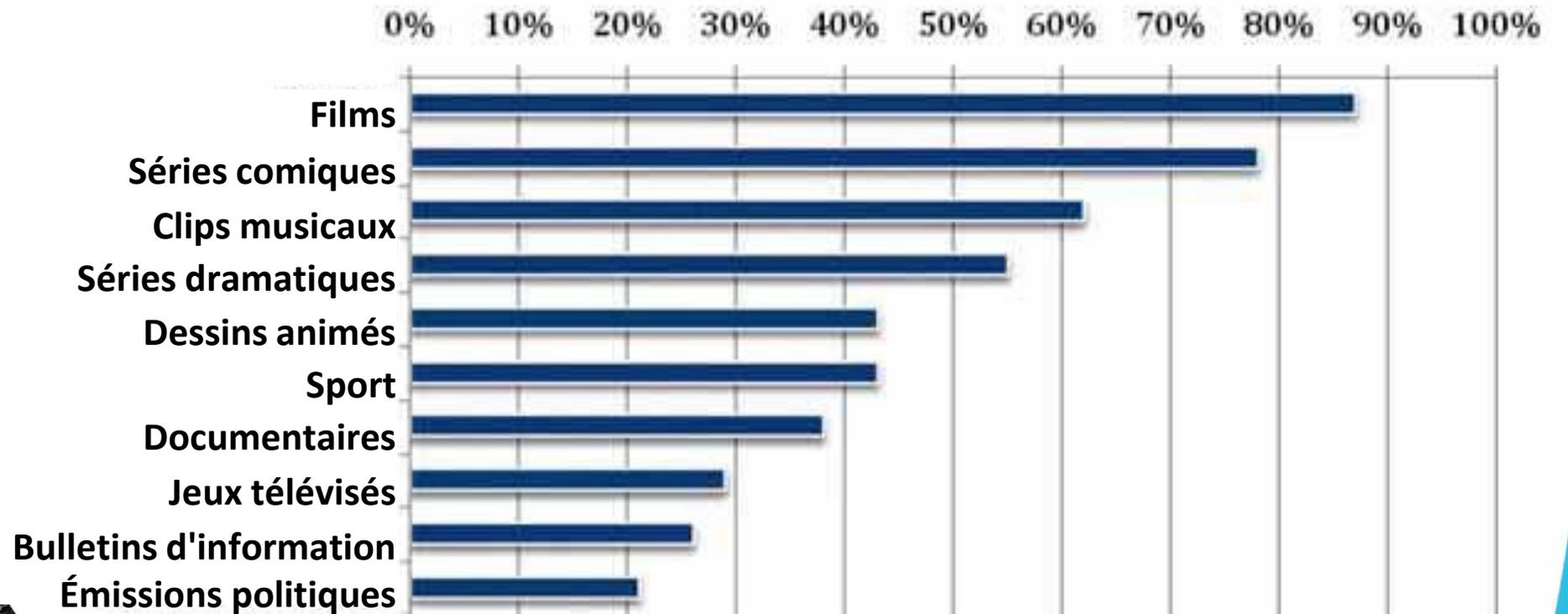
Habitudes de consommation des Media chez la jeunesse arabe



Habitudes TV

Types de programmes TV généralement regardés

Que regardez-vous essentiellement à la télé ?



Habitudes de consommation de l'Actualité

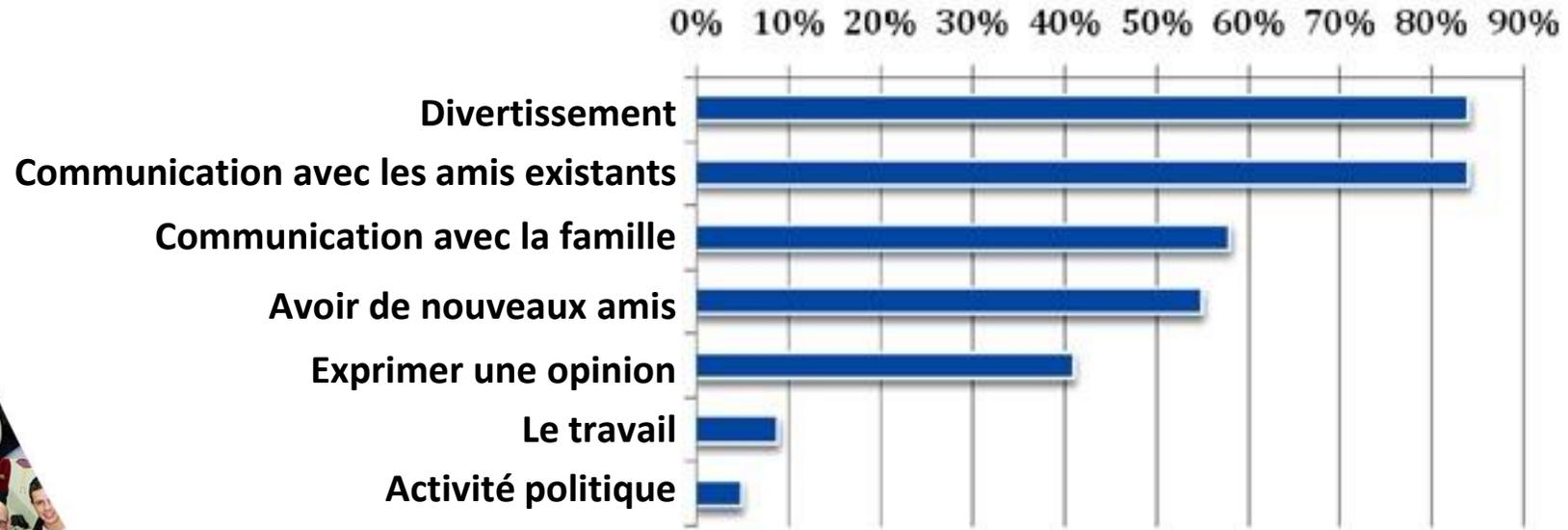
Quel genre d'information suivez-vous essentiellement ?



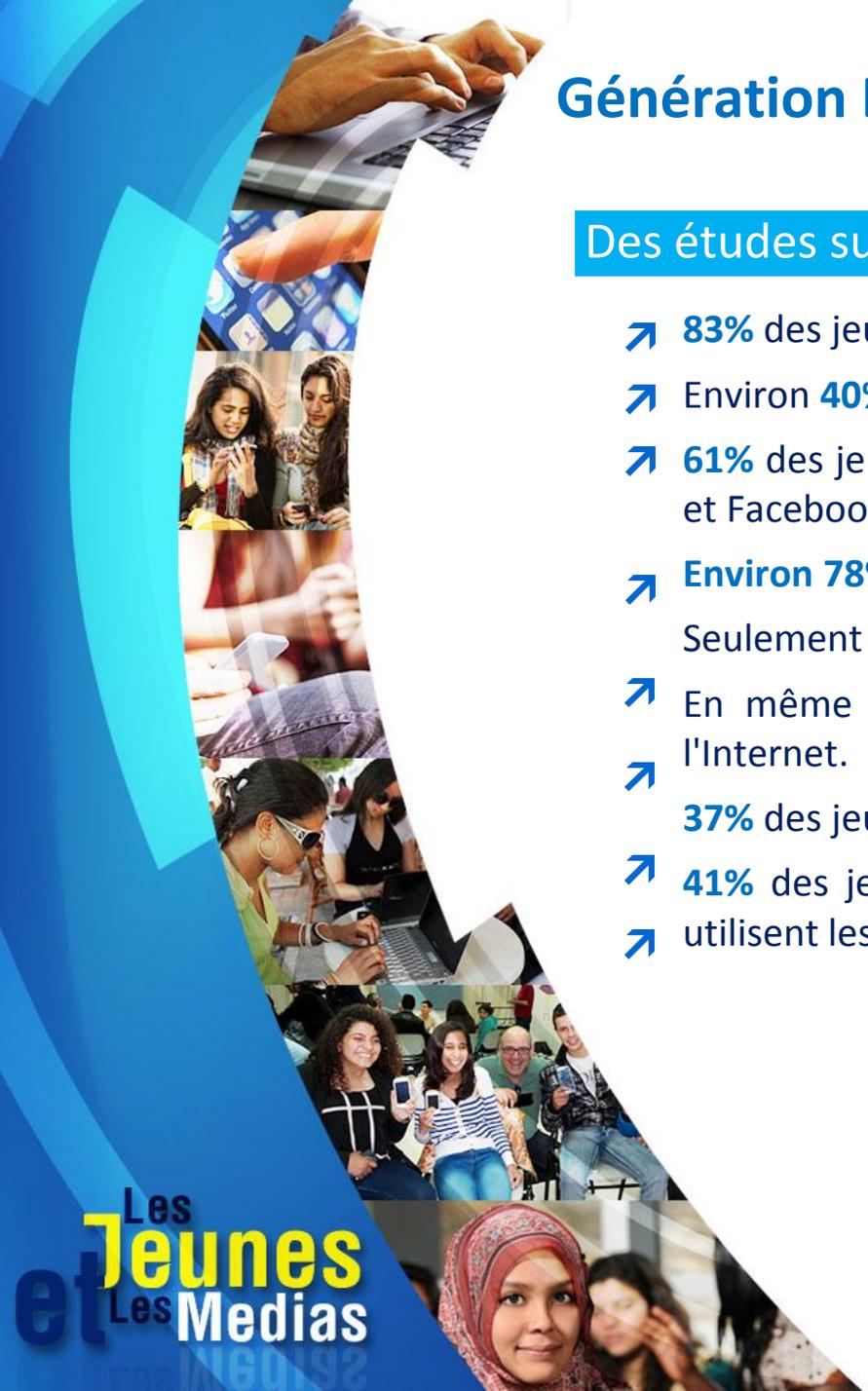
Habitudes en matière de Media Sociaux et Blogs en ligne

Principale utilisation des Media Sociaux en ligne

Quelle votre principale utilisation des Media Sociaux en ligne ?



Pourcentage de ceux qui utilisent les Media Sociaux en ligne



Génération Digitale :

Des études sur la jeunesse arabe ont démontré que :

- **83%** des jeunes arabes utilisent Internet **quotidiennement**
- Environ **40%** des jeunes utilisent Internet plus de **5 heures par jour!**
- **61%** des jeunes passent **plus de 2 heures par jour sur les sites de réseaux sociaux** (tels que Twitter et Facebook).
- Environ **78% des jeunes ont indiqué qu'ils préfèrent utiliser Internet plutôt que la télévision.**
Seulement **16%** - un taux très bas – **ont accès à Internet dans leurs écoles,**
- En même temps, **76%** des jeunes confirment que **la maison est le principal point d'accès à l'Internet.**
- **37%** des jeunes pensent que la technologie a **un impact négatif sur le lien familial.**
- **41%** des jeunes utilisent Internet en **arabe et en anglais / français;** et environ 21% d'entre eux
- utilisent les 2 langues pour le chat.

La Jeunesse Arabe & les Media

Le rôle des réseaux sociaux et des TIC dans les révolutions arabes : les résultats d'une enquête



Le rôle des réseaux sociaux et des TIC dans les révolutions arabes : les résultats d'une enquête

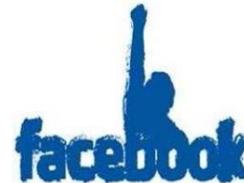
Les représentations des événements

A la question «Merci de bien vouloir sélectionner les trois images qui, selon vous expriment le mieux les événements du monde arabe» (choix entre 36 images), les images clés choisies par les répondants par ordre décroissant sont les suivantes :

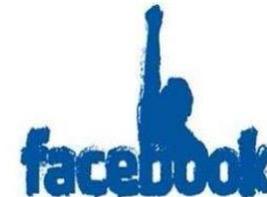
➤ Pour l'ensemble des répondants :



➤ Pour les répondants du sud de la méditerranée :



➤ Pour les répondants du nord de la méditerranée



Le rôle des réseaux sociaux et des TIC dans les révolutions arabes : les résultats d'une enquête

Les acteurs du printemps arabe

Sud de la méditerranée

Nord de la méditerranée

	Moyenne		Moyenne
<i>Les jeunes</i>	9,56	<i>Les jeunes</i>	9,32
<i>L'armée</i>	7,91	<i>L'armée</i>	7,34
<i>Les journalistes et médias internationaux</i>	7,28	<i>Les journalistes et médias internationaux</i>	7,24
<i>Les classes moyennes</i>	7,13	<i>Les classes moyennes</i>	7,13
<i>Les professionnels (avocats, juges, médecins ...)</i>	6,95	<i>Les professionnels (avocats, juges, médecins ...)</i>	6,89
<i>Les ouvriers</i>	6,46	<i>Les ouvriers</i>	6,82
<i>Les femmes</i>	6,35	<i>Les femmes</i>	6,54
<i>Syndicats</i>	5,33	<i>Syndicats</i>	5,94
<i>La police</i>	5,27	<i>La police</i>	5,62
<i>Les intellectuels et artistes</i>	5,27	<i>Les intellectuels et artistes</i>	5,27
<i>Les organisations non gouvernementales (ONG)</i>	3,75	<i>Les organisations non gouvernementales (ONG)</i>	5,09
<i>La communauté internationale</i>	3,69	<i>La communauté internationale</i>	4,84
<i>Les opérateurs économiques</i>	3,50	<i>Les opérateurs économiques</i>	4,82
<i>Les hommes de religions</i>	3,07	<i>Les hommes de religions</i>	4,78
<i>Les hommes politiques en place</i>	2,99	<i>Les hommes politiques en place</i>	4,73
<i>Les partis politiques</i>	2,84	<i>Les partis politiques</i>	4,63
<i>La bourgeoisie</i>	2,26	<i>La bourgeoisie</i>	3,23

Le rôle des réseaux sociaux et des TIC dans les révolutions arabes : les résultats d'une enquête

Les résultats de l'enquête

	Moyenne	Classement
<i>Le web a ouvert un nouvel espace d'expression libre</i>	8,76	1
<i>L'Internet a été au cœur des événements</i>	8,73	2
<i>Les réseaux sociaux ont déclenché le mouvement</i>	8,43	3
<i>Les vidéos amateurs ont amplifié le mouvement</i>	8,38	4
<i>Les chaînes internationales (Al Jazeera, CNN, France 24 ...) ont stimulé le mouvement</i>	8,02	5
<i>Les blogueurs ont joué un rôle stratégique</i>	7,57	6
<i>La téléphonie mobile a servi comme support d'organisation</i>	7,42	7
<i>Le mouvement a bénéficié de l'impact de WikiLeaks</i>	5,54	8
<i>La presse et la télévision ont pas été à la hauteur</i>	2,49	9



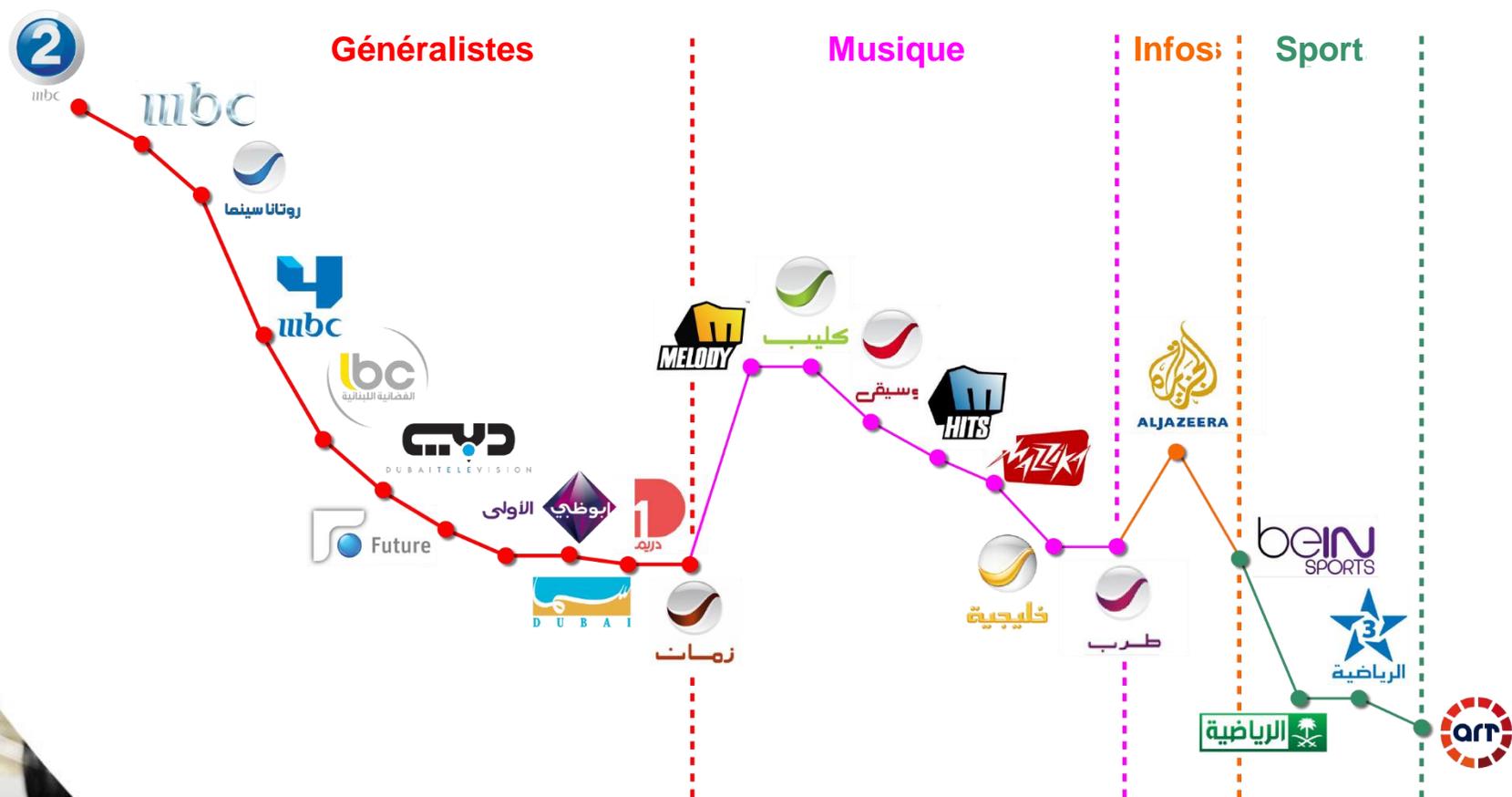
La Jeunesse Arabe & les Media

Thèmes et genres de programmes clé pour la jeunesse diffusés par les chaînes arabes

Thèmes et genres de programmes clés pour la jeunesse diffusés par les chaînes arabes

Les chaînes les plus regardées

Le jeune public est réparti sur un nombre extrêmement élevé de chaînes TV; plus de 60 chaînes ont été mentionnées comme leurs préférées, dans une enquête récemment réalisée par JCC sur 800 jeunes adultes. Parmi elles :



Thèmes et genres de programmes clés pour la jeunesse diffusés par les chaînes arabes

Les programmes les plus regardés



Le Contenu : une opportunité pour répondre aux besoins de la jeunesse arabe

Les programmes TV préférés – Études sur 800 jeunes adultes arabes



Séries : Les jeunes aiment regarder les **séries américaines** qui offrent un point de vue culturel alternatif. Ils aiment aussi regarder les **séries arabes** qui reflètent les questions sociales et culturelles, ainsi que les récits historiques.

Talk Shows : les talk-shows en arabe et en anglais sont très populaires auprès des jeunes téléspectateurs et démontrent des intérêts divers. **La politique, la culture, la religion et les arts sont des thèmes communs.**

Jeux télévisés : ils procurent le plaisir du suspense, la concurrence et le défi intellectuel. Avec un présentateur aussi charismatique que George Kardahi, des programmes tels que « Qui veut gagner des millions? » captive beaucoup de jeunes téléspectateurs.

Musique : les chaînes de musique populaires sont *Rotana Clip*, *Rotana Khaleej*, et *Melody Music*. *Arab Idol / Star academy* et autres contenus musicaux sont les plus regardés par les jeunes.

Une émission telle que *Star Academy* combine le drame d'une émission de télé-réalité, la compétitivité d'une émission de jeu Télévisé et le stimulus visuel de la performance musicale pour impliquer les jeunes téléspectateurs d'une manière directe et convaincante.

Le Contenu : une opportunité pour répondre aux besoins de la jeunesse arabe

Les programmes TV préférés – Études sur 800 jeunes adultes arabes



Films : Les jeunes aiment aussi bien les anciens que les nouveaux films; les films la romance, la comédie, les thrillers et les films d'action sont prédominants. *Rotana Cinema* et *Rotana Zeman* proposent aux jeunes les stars actuelles et les stars classiques du passé comme Adil Imam et Abdul Halim Hafez. Les films en anglais sont regardés principalement sur *mbc2*, et *One TV*.

Télé-Réalité : Contrairement à la fantaisie des films et la vie des célébrités, regarder des programmes de télé-réalité, permet aux téléspectateurs de se référer à de vraies personnes avec des problèmes communs.

Actualité : *Al Jazeera News* est le grand favori des programme d'information. Cette chaine est appréciée pour son engagement et sa proactivité. Certaines de leurs émissions les plus populaires « sont » « *Between the Lines* », « *Today's Harvest* », « *Century Witness* », « *No Frontiers* », « *More than One Opinion* » and « *Opposite Direction* ».

La popularité de l'actualité auprès des jeunes téléspectateurs est reconnue, MBC4 diffuse en direct deux des plus célèbres chaînes américaines d'information *CBS* et *ABC* avec des programmes comme *Good Morning America*, *Night Line* et *Sixty Minutes*.



La Jeunesse Arabe & les Media

POUR UN CONTENU ALTERNATIF ET AMBITIEUX POUR JEUNES

Pour un contenu alternatif et ambitieux pour jeunes

En phase avec les besoins de la jeunesse arabe

- les diffuseurs ciblant les pays arabes doivent satisfaire les besoins réels des jeunes et répondre à leurs attentes en diffusant des contenus utiles, pratiques et favoriser le dialogue.
- Soutenir les jeunes adultes, d'un point de vue personnel, professionnel et social grâce à un contenu et des services alternatifs, attractifs, innovants et interactifs dans le but de créer des « passerelles » vers :

- ✧ L'éducation
- ✧ La vie professionnelle
- ✧ La société et la citoyenneté
- ✧ La vie de famille

Création d'une nouvelle offre de contenus

Développer un contenu web moderne et puissant

- Le site web est le point de départ de l'interactivité et est souvent considéré par les téléspectateurs comme la deuxième vitrine de la chaîne. Outre les flux directs de la télé, les sites web des chaînes TV donnent accès à plusieurs fonctionnalités et services supplémentaires.

Développer l'interactivité pour les programmes existants

- Pour attirer et conserver l'audience jeune, les opérateurs devraient offrir aux téléspectateurs des contenu **interactif, innovant et exclusif** ainsi que des services **complétant** l'offre disponible et fournissant une information à valeur ajoutée.

Une offre de contenu pour jeunes disponible sur toutes les plateformes

- Être accessible sur tous les appareils: sites web et plates-formes de vidéo (Google, You Tube), les **appareils mobiles** (tablette, téléphone mobile). Devenir un **compagnon permanent pour le public jeune**.

Intégrer le téléphone mobile dans le dispositif de diffusion

- Vu la place qu'occupe cet appareil dans la vie des jeunes, **le contenu doit être disponible sur les téléphones mobiles** dans le but de le promouvoir et accroître la fidélité du téléspectateur.





Les
Jeunes
et Les Medias

YOUTH JOBS EMPLOIS JEUNES وظائف للشباب

.....
« L'avenir nous appartient »



LE FONDEMENT

Le programme proposé, est une réponse à la principale préoccupation exprimée par les jeunes dans le monde arabe, celle de l'accès à l'emploi.

Ce constat est issu d'une étude présentée en avril 2015 à l'occasion de la rencontre d'Amman organisée par Med Media (programme media de l'union Européenne) sous le thème « Youth for screen » et qui avait pour cible « Les jeunes et les médias dans le monde arabe : attentes et perspectives ».

Les principaux participants (Télévisions et organismes partenaires) y avaient exprimé la demande de développement d'un programme audiovisuel de contenu ciblant les jeunes.



Youth on Screen © MedMedia



L'OFFRE

Nous proposons un magazine à destination du grand public. Chaque secteur d'activité professionnel différent fait l'objet de 2 émissions. Pour exemple : Agriculture, Tourisme, Banque-Assurances, Industrie, ... mais aussi l'auto-entreprenariat.

Ce programme est traité comme un magazine d'information thématique. Il propose un alternance de reportages et de séquences en plateau, animées comme un forum d'échange d'idées et d'expériences.

Chaque émission présente un grand nombre de reportages sur la découverte des métiers, les témoignages d'expérience et les entreprises représentatives.

En complément, pour accroître l'implication de l'audience et nous permettre de présenter des cas concrets de recherche de « Job », l'émission s'articule autour d'une mécanique de télé-réalité. Celle-ci présente, en « fil rouge », des candidats au travers de toutes les étapes de travail pour rechercher ou répondre à une offre d'emploi.

Cette approche nous permet d'humaniser les informations transmises tout en renforçant la notion de proximité. Chaque émission met en avant 2 lauréats qui ont trouvés un emploi grâce à l'émission.



LES OBJECTIFS

- ✓ Concevoir un programme de télévision qui sensibilise la jeunesse à l'ensemble des métiers, sans restriction, et qui a pour ambition d'orienter les vocations et d'ouvrir les yeux des candidats sur les opportunités d'emploi.
- ✓ Informer, en expliquant et simplifiant toutes les réponses à leurs questions, pour leur faire prendre confiance en eux et les aider à franchir toutes les étapes de l'accession à un emploi, base de leurs préoccupations.
- ✓ Insuffler ainsi un changement radical de posture : de l'attentisme à l'action.
- ✓ Offrir un pôle interactif à forte visibilité médiatique pour fédérer l'ensemble des acteurs des secteurs économiques concernés.
- ✓ Bénéficier de cette dynamique pour apporter des solutions concrètes en matière de choix personnel, de recherche d'emploi et de création de son propre emploi.
- ✓ Faire valoir le potentiel réel d'emploi que propose aujourd'hui le Maroc. Etablir un pont direct entre cette jeunesse apparemment « désabusée » et les réelles opportunités du marché des secteurs à fort potentiel.

Le programme s'inscrit dans un contexte de service public.



LE FORMAT

- Titre de travail :** Youth Jobs / Emplois Jeunes / وظائف للشباب
Genre : Magazine débat
Langue : Nationale
Durée : 90 minutes à définir
Fréquence : 2 épisodes mensuels par secteur d'activité
Nombre par an : 12 nationales et 2 internationales
Programmation : Prime time en début de semaine
Tournage : Enregistrée

L'AUDIENCE CIBLE

Il s'agit d'une audience grand public.
Le cœur de cible est les 18 – 25 ans ; étendu
aux 15 – 35 ans.

En cible large, l'émission présente des exemples
et apporte des réponses à un grand nombre
de parents et force l'intérêt de l'ensemble des
acteurs du secteur d'activité concerné :
salariés, chefs d'entreprises, administrations.

L'aspect « témoignage humain » et l'offre de
téléréalité intégrés au programme permettent

LE SITE WEB

Associé aux réseaux sociaux il est le cœur du projet, les émissions de télévision ses « locomotives ».

Pour entretenir la dynamique dans la durée, il est essentiel qu'il soit configuré et animé comme un portail.

Il est bâti sur des accords de collaboration avec l'ensemble des partenaires du projet. Ces derniers y ont accès pour pouvoir publier ou uploader des contenus.

Les demandeurs d'emploi ou de stage peuvent s'y inscrire et les entreprises y faire des recherches et des propositions.

Ce contenu fait l'objet d'une animation et d'un suivi pour pouvoir garantir une qualité pérenne. Analyse et suivi personnalisé des demandes et relance des entreprises.

LES OUTILS

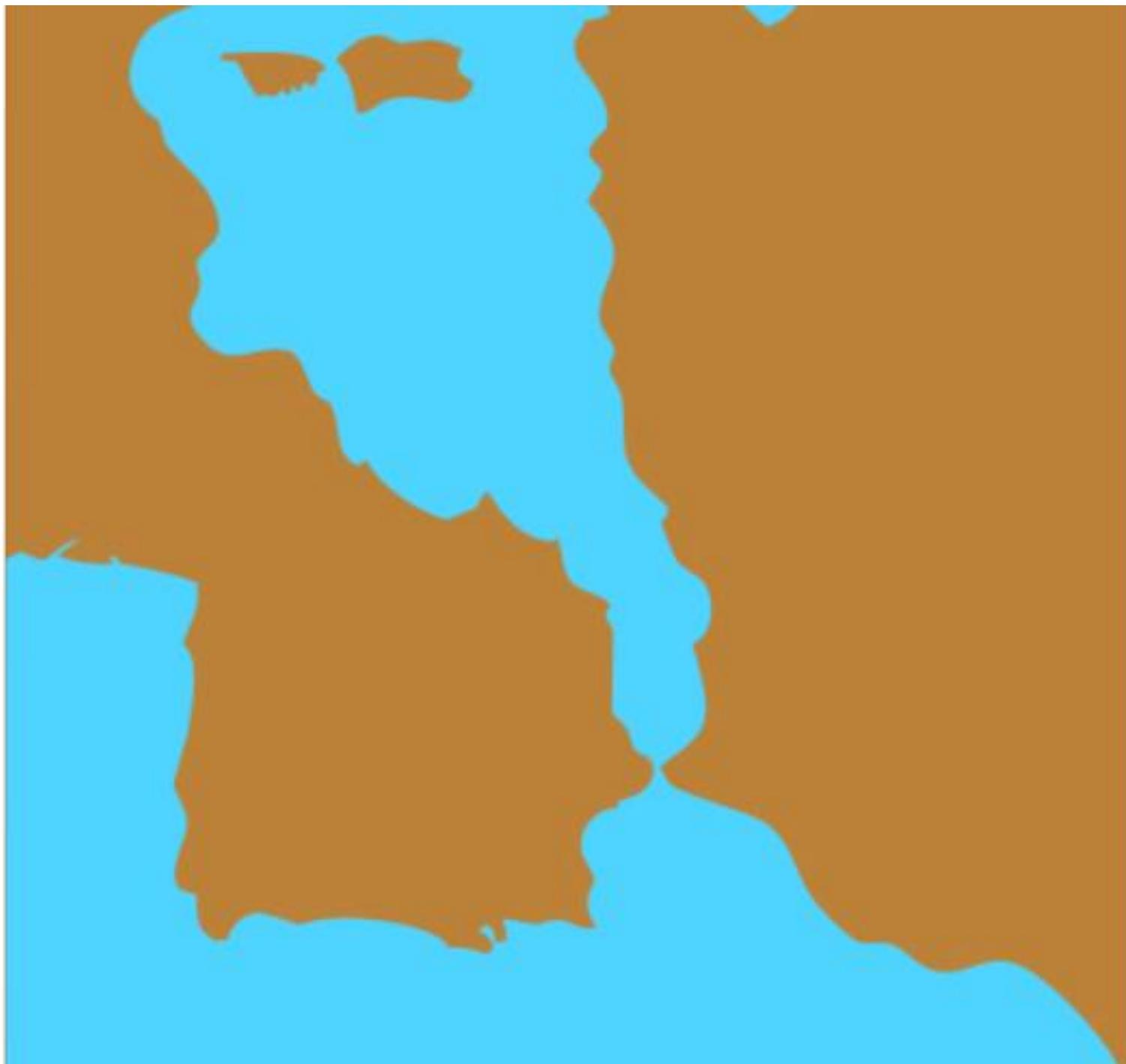
Le site constitue le pôle fédérateur de l'émission

Il est la continuité permanente du programme et devient une véritable structure d'accueil pour les audiences de l'émission.

Il est l'interface entre les équipes d'animation et l'ensemble des acteurs associés à l'opération.

Parallèlement, en accord avec la volonté de rapprochement qu'ambitionne le projet, un multitude de moyens interactifs sont mis à disposition pour optimiser la communication et le phénomène de réseau souhaité.











CASABLANCA

Media Partners

www.casamedia.ma

Arab Youth & Medias

A REPORT BY MOSTAPHA MELLOUK FOR

MED MEDIA



This project is funded by
the European Union



BBC
MEDIA ACTION

This project is implemented by a consortium
led by BBC Media Action