



# Le selfie de la jeune génération avec 20 Minutes et OpinionWay

**20 Minutes, 1ère marque de news des jeunes\* en France, lance avec l'institut OpinionWay, un vaste projet d'étude des 18 - 30 ans.**

### **Une génération impliquée et engagée**

Dirigé par une équipe de 4 jeunes journalistes de la rédaction de 20 Minutes (Laure Cometti, Annabelle Laurent, Thibaut Le Gal et Fabrice Pouliquen) ce projet a déjà réuni près de 1000 jeunes contactés via les pages du quotidien 20 Minutes, sur ses supports mobiles et les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Snapchat, ...).

Convaincu que cette génération a des choses à dire et de vrais convictions et engagements, 20 Minutes et sa rédaction veulent devenir un porte-voix de ces jeunes souvent mal connus et compris.

### **Une démarche entièrement crowdsourcée avec la cible interrogée**

Les jeunes ne se reconnaissent pas dans la représentation politique, dans les institutions, dans les médias... ni dans les sondages y compris ceux qui leur sont destinés. Cette génération est difficile à capter, elle ne répond pas ou peu aux enquêtes. L'équipe projet, 20 Minutes et OpinionWay ont réuni un groupe de jeunes, d'horizons divers, tous âgés de moins de 30 ans, pour initier la démarche qui a été entièrement co-construite avec eux, en tenant compte de leurs attentes et suggestions dans le choix des thèmes abordées mais aussi dans la méthode de recrutement et de collecte de données.

Cette étude crowdsourcée veut s'attaquer aux idées reçues et permettre de nouveaux éclairages en interrogeant cette population de manière inédite. Par exemple, le « sondé » devient le sondeur quand il décide à l'issue d'une première série d'interrogations des thématiques sur lesquelles il souhaite être interpellé la fois suivante. Certains d'entre eux pourront être directement sollicités par les journalistes de la rédaction dans le cadre d'articles, de reportages ou d'interviews.

Le projet a débuté en mars dernier et se poursuivra tout au long de l'année.

*\* 4,2 millions de jeunes 18-30 ans utilisent 20 Minutes pour s'informer chaque mois – source : ACPM ONE Global V1 2016*

**A propos de 20 Minutes :** 20 Minutes réunit 18,5 millions d'utilisateurs chaque mois (print, web, mobile et tablette). Suivi par 1,9 million de followers sur Twitter et 1,6 fans sur Facebook, 20 Minutes est le site média français qui génère quotidiennement le plus d'interactions sur les réseaux sociaux (sources : étude ACPM ONE Global V1 2016 ; rapport Graphystories, février 2016)

**A propos d'OpinionWay :** OpinionWay a été créée en mars 2000 avec une idée fondatrice simple : rendre plus innovant le marché des études. Nous intervenons dans de nombreux domaines comme l'opinion bien sûr, mais aussi le marketing, la compréhension des marchés, les problématiques de marques, le développement de produits et de services auprès de cibles BtoB ou BtoC.