

**Produire du contenu de vulgarisation sur
les réseaux sociaux :
entre adaptation et agilité**

CURiEUX!

- **Présentation de la démarche Curieux !**
- **La guerre des réseaux sociaux aura bien lieu : adaptation et agilité !**
- **Vulgariser soi-même ou passer par un tiers ?**
- **Exemples de contenus vidéos Curieux !**

Un média digital et territorial

CURIEUX!

Lancement en septembre 2018 d'un média digital, présent sur les réseaux sociaux et sur les territoires de Nouvelle-Aquitaine.

Notre volonté : développer la curiosité et l'esprit critique des citoyens et citoyennes.

Notre ligne éditoriale :

- Lutter contre les idées reçues, les croyances populaires, les infox.
- Redonner la parole aux acteurs, experts, chercheurs qui ont les connaissances.
- Promouvoir les initiatives locales et innovations qui vont changer nos vies.

Notre stratégie de développement :

- Un site internet ressources avec les contenus Curieux ! consultables en permanence
- Concentration des moyens sur 2 réseaux sociaux en croissance : Instagram et Tiktok
- Des contenus courts, décalés, en dehors des codes habituels des médias scientifiques
- Des créateurs en interne, mais aussi en externe !
- Des contenus réutilisables par les médiateurs, dans les territoires !

Notre modèle économique : subventions et prestations

Une audience mass media

CURIEUX!

43 985 000*

de portée en Novembre



16 792 271 de vues sur TikTok



15 885 350 de vues sur YouTube



8 475 643 de portée sur Instagram

2 440 779
abonnés



1 844 480
Followers sur TikTok



274 560
Followers sur Instagram



235 951
Followers sur YouTube

114 737
pages vues

*La moyenne mensuelle totale pour 2022 est de 39 242 000

La guerre des réseaux sociaux aura bien lieu

CURIÉUX!

Les réseaux sociaux deviennent, à la manière des chaînes TV, des canaux qui ont besoin d'exclusivités pour faire venir l'audience.

Chacun se positionne pour gagner, ou tout simplement survivre !

Tiktok (CHINE) : se positionne sur les créateurs, en proposant notamment une belle rémunération à la vue. Dans ce modèle, les entreprises ne sont pas concernées.

Instagram (US) : copie très clairement le modèle tiktok, mais ne propose pas de rémunération pour le moment. Le changement de modèle à la tiktok entraîne de nouveaux usages.

Youtube (US) : plateforme intégrant la cohabitation de deux cibles différentes, avec des usages opposés : vidéos longues et vidéos courtes.

Rémunération de tous les comptes sur les revenus publicitaires en 2023.

Snapchat (US) : Rémunération intéressante pour les créateurs, mais... compliqué de les faire venir !

La guerre des réseaux sociaux aura bien lieu

CURIEUX!

Ce « conflit ouvert » a également des conséquences sur l'écosystème de la vulgarisation digitale : concurrence de plus en plus forte sur un marché de plus en plus mature.

Par conséquent, on observe :

- **Une montée en gamme des contenus proposés**
- **Une agilité et une adaptabilité des acteurs, pour s'adapter aux contraintes techniques des plateformes**
- **Une dynamique permanente de renouvellement des formats, pour ne pas lasser l'audience**
- **Une hiérarchisation des priorités pour les créateurs, en tenant compte des rémunérations des rs**

Panoramas des acteurs privés de la vulgarisation digitale : Futura Sciences, Science & Vie, Brief Science, Le Blob, Science et Avenir, The Conversation, Epicurieux, Explore, Epsilon Mag, Le Vortex (Arte), etc...
Et bien sûr côté créateurs : Manon Brill, Julien Menielle, Nozman, Viviane Scilabus, La boîte à Curiosités, Le Bizarreum, etc...

Par ailleurs, les récentes affaires « Dirty Biology » ou encore « Norman Thavaud » rebattent les cartes de « l'influence ». Les médias type « Curieux ! » gagnent en popularité auprès des partenaires, car moins de risques de scandales ou affaires de mœurs.

Vulgariser soi-même ou passer par un tiers ?

CURIÉUX!

1. Quels sont mes objectifs ?

Marque, vente, trafic, recrutement ?

Le fond et la forme ne seront pas les mêmes !

2. Qui cherchons-nous à cibler ?

Tiktok – Snapchat – Instagram – Youtube – Twitter – LinkedIn – Facebook..

Spotify – Deezer – Amazon – Sybel – etc...

Si on définit pas la cible, on ne cible personne !

3. Quels sont les codes de la plateforme ?

Tutoiement ? Sous-titres ? Durée ? Formats ? Usages ?

Quels concurrents ? Quels outils analytiques ?

La clé, c'est le benchmark : c'est à nous de nous adapter, et non l'inverse.

4. Comment fonctionnent les algorithmes ?

Chaque réseau social a ses priorités et sa temporalité.

Deux mots clés à retenir : complétion et engagement.

Bien choisir ses canaux de diffusion

Chaque réseau social s'adresse à un public différent; il faut donc bien choisir sa plateforme pour diffuser son contenu

Chaque réseau social a son ton et ses formats; il faut s'adapter

Chaque réseau social à ses outils ; il faut les connaître pour adapter ses formats et ses angles éditoriaux

Chaque réseau social évolue; il faut donc être au courant des évolutions des usages et des évolutions technologiques (par ex : elon musk pour tw, stories pour insta...)

Réseaux sociaux	Type d'audience	Âge	Objectifs	Type de publications
Linkedin	Professionnelle	Tout âge	<ul style="list-style-type: none">■ Valoriser votre expertise■ Augmenter votre visibilité	Contenus en lien avec l'actualité de votre secteur et de votre entreprise. > En savoir plus
Facebook	Grand public	25-45 ans	<ul style="list-style-type: none">■ Elargir votre notoriété■ Communiquer sur votre actualité	Contenus généralistes et conviviaux. > En savoir plus
Twitter	Professionnelle	Tout âge	<ul style="list-style-type: none">■ Asseoir votre crédibilité	Actualités et opinions partagées en temps réel. > En savoir plus
Instagram	Grand public	15-35 ans	<ul style="list-style-type: none">■ Développer votre image de marque■ Nouer une relation de proximité avec votre cible■ Asseoir votre crédibilité	Photos et vidéos authentiques de votre activité quotidienne. > En savoir plus
Pinterest	Grand public	25-45 ans	<ul style="list-style-type: none">■ Devenir une référence inspirante	Albums esthétiques et créatifs. > En savoir plus
Snapchat	Grand public jeune	13-34 ans	<ul style="list-style-type: none">■ Toucher une cible jeune■ Augmenter votre capital sympathie	Contenus photos ou vidéos (stories) ludiques et éphémères. > En savoir plus
TikTok			<ul style="list-style-type: none">■ Toucher une cible jeune■ Augmenter rapidement votre visibilité	Courts clips vidéos divertissants. > En savoir plus

Exemple 1 : sensibilisation aux baïnes avec le CRNA

CURIÉUX!

Objectif : sensibilisation aux baïnes, phénomènes peu connues en dehors des départements côtiers, et qui entraînent la mort de dizaines de personnes chaque année en France

Angle éditorial choisi : vulgarisation scientifique autour de ce phénomène bien connu sur la côte Atlantique

Format : 9/16^{ème}, 59s max, sous-titrée pour Instagram, non sous-titrée pour Tiktok et Youtube

Réseau social : Tiktok, Youtube, Instagram

Audience générée :

1.2M vues sur youtube

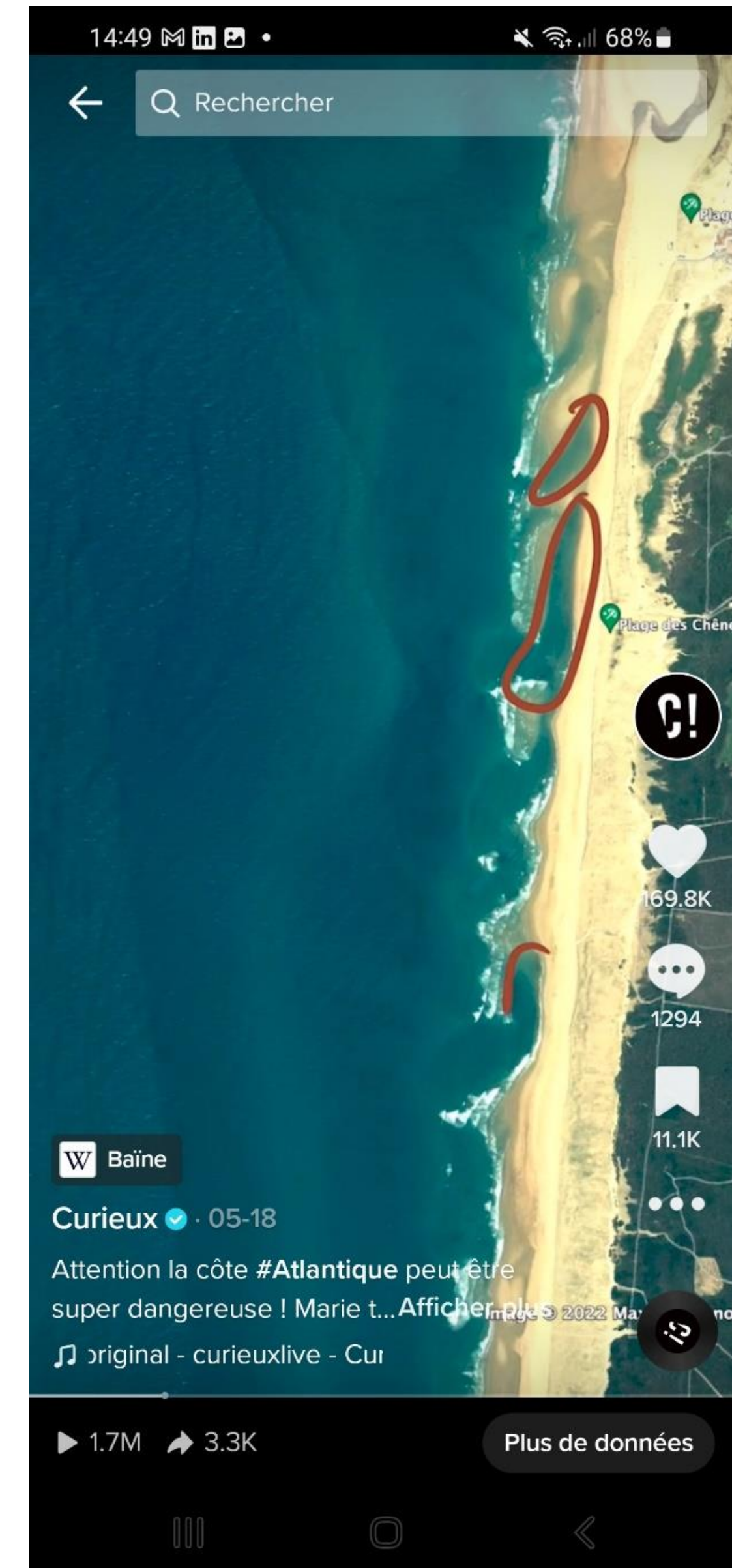
783k vues sur instagram

1.7M vues sur tiktok

<https://www.instagram.com/reel/Cdu0B5Cq9jI/>

<https://www.youtube.com/shorts/NuxHAAAsPrM>

<https://vm.tiktok.com/ZMF4gm1xM/>



Exemple 2 : vulgarisation culturelle pour le CRT N-A

CURIÉUX!

Objectif : faire découvrir un lieu culturel dans les Landes en Nouvelle Aquitaine, pour donner envie aux personnes de venir le visiter

Angle éditorial choisi : vulgarisation par un médiateur du musée afin de mettre en avant le contenu et la qualité du lieu

Format : 9/16^{ème}, 59s max, sous-titrée pour Instagram, non sous-titrée pour Tiktok et Youtube

Réseau social : Tiktok, Youtube, Instagram

Audience générée :

352k vues sur youtube

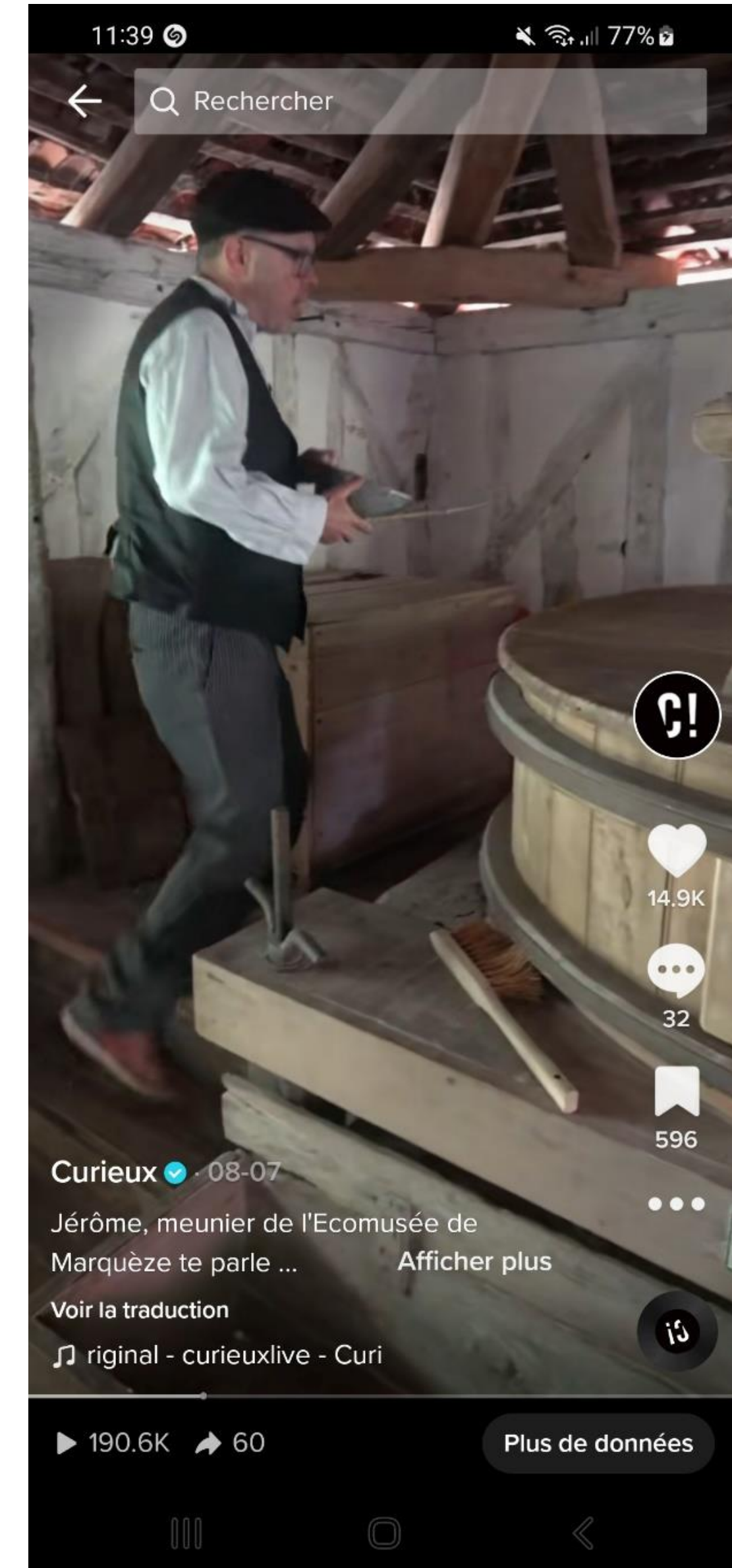
77k vues sur instagram

190k vues sur tiktok

https://www.instagram.com/reel/Cg_sV-hq0jF/

<https://www.youtube.com/shorts/fo6LNaUJAKU>

<https://vm.tiktok.com/ZMF4qS9vd/>



Exemple 3 : vulgarisation technique avec Orange

CURIÉUX!

Objectif : vulgariser le travail effectué par une filiale d'Orange, en charge des câbles internet sous-marins

Angle éditorial choisi : évènement survenu en 2015 au cours duquel un pays n'a plus eu d'internet

Format : 9/16^{ème}, 59s max, sous-titrée pour Instagram, non sous-titrée pour Tiktok et Youtube

Réseau social : Tiktok, Youtube, Instagram

Audience générée :

843k vues sur youtube

85k vues sur instagram

553k vues sur tiktok

<https://www.youtube.com/shorts/5uJ2d1-mg9c>

<https://www.instagram.com/reel/CjIHY8NK3-Q/>

<https://vm.tiktok.com/ZMF4VEWMP/>



Exemple 4 : vulgarisation culturelle pour la Philharmonie

CURIÉUX!

Objectif : donner de la résonance à une exposition de la Philharmonie de Paris auprès d'une audience jeunes adultes

Angle éditorial choisi : bientôt, certaines espèces vont disparaître et on ne les entendra plus

Format : 9/16^{ème}, 59s max, sous-titrée pour Instagram, non sous-titrée pour Tiktok et Youtube

Réseau social : Tiktok, Youtube, Instagram

Audience générée :

48k vues sur youtube

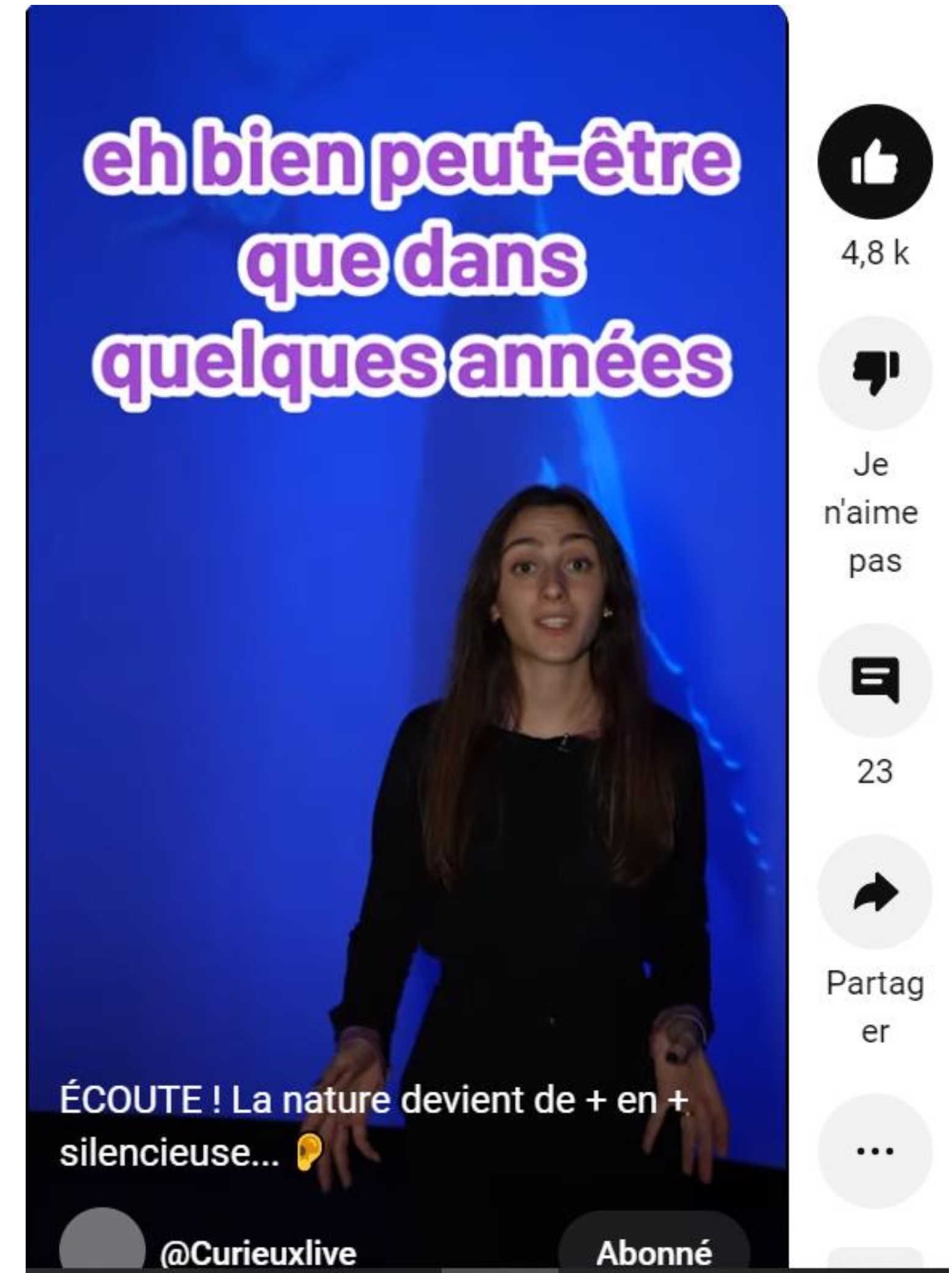
25k vues sur instagram

553k vues sur tiktok

<https://www.instagram.com/reel/CIV1bQmKWCQ/>

https://www.youtube.com/shorts/_7NdcC4pRI0

<https://vm.tiktok.com/ZMFpYuhaB/>



Plus d'informations sur :

www.curieux.live

tiktok.com/@curieuxlive/

instagram.com/curieuxlive/

youtube.com/c/curieuxlive

twitter.com/curieuxlive

fr.linkedin.com/company/curieux