



ÉDUCATION

JEAN-MICHEL BLANQUER RECRUTE DES YOUTUBEURS POUR FAIRE PASSER SES RÉFORMES AUPRÈS DES JEUNES

PAGE 8

Pourquoi le ministre de l'Éducation nationale s'entoure de youtubeurs

Pour mieux atteindre la cible lycéenne, les équipes de communication de Jean-Michel Blanquer font appel à une dizaine d'influenceurs. Leurs objectifs : vulgariser les réformes en cours et rajeunir l'image du ministère.

LOUIS HEIDSIECK @Louisheidsieck

COMMUNICATION « Avec un peu de Air Guïtar pour vos archives ? » Dans un vestibule éclairci par deux grandes portes-fenêtres, Jean-Michel Blanquer prend la pose devant la caméra, cravaté et souriant. Pour faire de la pédagogie sur sa réforme du bac, la chaîne YouTube du ministère de l'Éducation nationale a posté en février dernier une petite dizaine de vidéos du ministre, face caméra, avec des méthodes inspirées des réseaux sociaux. Sous-titrage, musique d'ambiance, format très court et boutades introductives : tout est fait pour que ces pastilles soient partagées sur Internet et que les lycéens, premier public concerné par le baccalauréat, puissent les apprécier.

Mais le ministre - qui a sorti cette semaine un livre dans lequel il dresse un premier bilan de ses mesures - n'est pas un youtubeur professionnel : son audience auprès des jeunes sur Internet est poussive, entre 3 000 et 4 000 vues pour ces vidéos d'une à deux minutes. Des chiffres difficilement perfectibles pour une chaîne qui culmine à 1 500 abonnés. Alors, en parallèle de ces vidéos officielles, la délégation à la communication (Delcom) commune aux ministères de l'Enseignement supérieur et de l'Éducation nationale a décidé, depuis deux ans, de faire appel à une dizaine de youtubeurs à forte audience. Spécialisés en biologie, en histoire, en bien-être ou simplement stars des réseaux sociaux, ils ont chacun pour mission de pousser la communication du ministère auprès des lycéens.

Réforme du bac, accès à l'université, révisions, harcèlement scolaire ou engagement citoyen : de un à trois youtubeurs sont choisis pour chaque sujet en fonction

de la taille de leurs chaînes - entre 100 000 et 600 000 abonnés - et de leur image auprès des lycéens. Une méthode devenue indispensable pour Jean-Michel Blanquer, qui est « une star en politique, mais un inconnu chez les jeunes », d'après l'un de ces vidéastes.

La Delcom demande aux youtubeurs de conserver un ton familier pour ne pas décevoir leurs abonnés, mais un certain nombre de règles doivent être respectées. Le cahier des charges du ministère a été envoyé dans un « brief » à un influenceur via l'agence de communication Share Fraiche, qui travaille pour la Delcom. Il y est précisé entre autres que le youtubeur doit « insister sur l'importance du bac », qui « donne 4,5 fois plus de chances de trouver un emploi ». Il est aussi rappelé que chaque youtubeur doit aborder sa matière en res-

tant « méthodologique (pas pédagogique) » et qu'il doit « faire référence au site de l'Éducation nationale », quandjepassele-bac.education.fr, pendant une dizaine de secondes à la fin de la vidéo. Enfin, la photo de présentation de la vidéo doit être « habillée à la charte de l'Éducation nationale » pour être « publiée sur le Facebook du ministère ».

S'ils acceptent ces consignes, les vidéastes touchent un salaire proche de ceux qu'ils reçoivent des entreprises privées avec lesquelles ils travaillent habituellement : de 3 000 à 8 000 euros pour des pastilles de 3 à 8 minutes. « C'est un peu au-dessous de mes tarifs, confie toutefois Léo Grasset, alias DirtyBiology, qui a reçu 5 000 puis 8 000 euros pour deux vidéos sur le bac. Mais d'habitude, on est contacté par les industries du nucléaire ou de l'agroalimentaire pour faire leur communication. L'Éducation nationale, c'est quand même plus éthique, leur mission n'est pas de se faire de l'argent. On est assez fiers de bosser avec eux. »

Un avis que partage Nino Arial, un stand-upper de 27 ans, qui reconnaît tou-

tefois que « faire des déplacements avec le ministre de l'Éducation nationale n'est pas forcément la meilleure pub auprès de [ses] followers », mais qui peut s'enorgueillir d'avoir participé à deux conférences sur le harcèlement scolaire en compagnie de Jean-Michel Blanquer, dont une avec Brigitte Macron.

Certains ont toutefois des difficultés à satisfaire l'ensemble du cahier des charges. Comme David Sheik, de la chaîne Histoire brève. « Ça détonne par rapport à ce qu'on fait d'habitude, confie-t-il. C'est beaucoup plus cadré, j'ai dû réécrire mon script cinq fois. » Sa gouaille habituelle a en effet été lissée pour correspondre aux attentes du ministère. Plus étonnant, des sujets comme les jeux vidéo, « trop liés à la violence », ou les rattrapages, « impossibles à évoquer car ce serait légitimer l'échec », ont été rayés de la vidéo. Léo Grasset avait, lui, tenté cette vanne : « Le bac quadruple vos chances de trouver un boulot, ce qui est plutôt pratique pour ne pas mourir de faim à court terme. » Il a essuyé un refus net. « On essaie effectivement de supprimer les grossièretés, défend Stanislas Hannoun, responsable du pôle Web de la Delcom, qui commande ces vidéos. Comme les mots étrangers ou les noms de marque. »

« L'Éducation nationale, c'est quand même plus éthique, leur mission n'est pas de se faire de l'argent. On est assez fiers de bosser avec eux »

LÉO GRASSET, ALIAS DIRTYBIOLOGY

L'objectif pour les deux ministères est d'« intensifier la communication auprès des jeunes en utilisant davantage leurs codes et leurs usages », selon les mots de la directrice de la Delcom, Clélia Morali. Stanislas Hannoun ajoute que l'utilité de ces vidéos « n'est pas le nombre de vues », mais « l'image des ministères auprès des jeu-

nes». Marina Ferchit, qui a géré ces dossiers pour l'agence Share Fraiche, précise pourtant que sa société « *garantit au ministère un nombre de vues par youtubeur avec des profils assez puissants et suffisamment nombreux pour toucher des cibles variées* ». Pari gagné, avec une moyenne de vues autour de 150 000 par vidéo, soit cinquante fois plus que celles du ministre... L'an dernier, le site quandje-passelebac.education.fr a été consulté 600 000 fois, contre 250 000 pour l'année précédente. ■



Gaspard G, la vidéo qui tombe à pic

Gaspard Guermontprez, dit Gaspard G, est un jeune homme de 19 ans qui avait posté en fin d'année 2017 une vidéo promouvant un lycée sans filières S, ES ou L, vue 10 millions de fois. Le jeune homme y comparait le modèle français à celui en vigueur en Amérique du Nord, où il avait étudié. Une aubaine pour Pierre Mathiot, le rapporteur de la réforme du bac 2021, qui inclut justement la suppression des filières. « *Il m'a dit : "Viens manger Rue de Grenelle"*, raconte le jeune homme. *Puis il m'a proposé une interview exclusive de Jean-Michel Blanquer pour ma chaîne. On vient du Nord, tous les deux. Malgré nos décennies d'écart, on a pas mal de relations en commun et on s'est très bien entendus.* » Pour ces vidéastes repérés sur Internet sur des sujets liés aux réformes en cours, la Delcom récupère un travail déjà fait et communique à moindres frais : Gaspard n'a jamais exigé d'être payé et ne l'a jamais été. L. H.

RÉFORME DU BAC

Cyrus North, Schopenhauer et l'orientation scolaire

C'est Cyrus North qui a aujourd'hui la main sur la communication virale autour de Parcoursup, la nouvelle plateforme d'orientation des lycéens vers l'enseignement supérieur. Avant de lancer sa chaîne L'Antiséche pour aider les lycéens à réviser, le jeune homme de 27 ans s'était fait connaître avec Coup de phll', des vidéos de vulgarisation des concepts philosophiques. Certaines d'entre elles, comme *La Dialectique d'Hegel* ou *Le Désir de Schopenhauer*, comptent jusqu'à 300 000 vues. Cyrus est le seul youtubeur à travailler à long terme pour le ministère, avec déjà trois vidéos sur l'orientation, Parcoursup et l'apprentissage, et d'autres à venir. « Avec L'Antiséche, nous nous étions donné pour objectif d'informer notre public sur les questions d'orientation, explique-t-il. Ça nous semblait naturel de mettre en place ce partenariat, et il est clair que le ministère a un gros enjeu de communication auprès des collégiens et lycéens, avec les réformes en cours. »

L. H.

PARCOURSUP



Un trio éclectique pour préparer le bac



Léo Grasset, alias **DirtyBiology**, est le youtubeur scientifique du ministère. C'est aussi l'un des plus connus de toute cette délégation. Ses vidéos, par exemple sur « le paradoxe des drogues agréables » ou sur « la science des Gif », sont vues entre 300 000 et 1 million de fois. L'an dernier, avant le bac, après une commande du ministère de l'Éducation nationale,

Léo avait mis en ligne une vidéo sur la science des révisions. En mars dernier pour une seconde commande, le jeune homme s'est rendu dans le musée des inventions ratées, en Suède. Il avait alors la lourde charge de rassurer les lycéens en expliquant que dans la nature comme dans l'industrie, les grandes réussites sont toujours précédées d'échecs patents. Son ami Dave Shelk, du compte



Histoire brève, relate d'habitude sur sa chaîne les affaires des civilisations et des grands noms qui les ont façonnées. Ses vidéos, sur les Incas ou Gandhi, sont vues en moyenne 100 000 fois.

Celle qu'il a faite pour le compte de l'Éducation nationale change de son registre habituel et donne des conseils méthodologiques sur l'épreuve d'histoire-géographie.

Derrière le compte **Chakeup**, enfin, se cache Charlene Bey, une youtubeuse mode qui se retrouve égérie du ministère pour une pastille sur des « petits conseils pour appréhender au mieux les examens ». Sa vidéo, qui touche une cible différente des deux premiers, plus ado et plus féminine, donne des conseils sur la nutrition et le sommeil ou des avertissements sur l'utilisation du smartphone pendant les révisions.

L. H.



Nino Ariel, de Jamel à Jean-Michel Blanquer

Nino Ariel est un ancien banquier de 27 ans repéré par Jamel Debbouze et son Comedy Club. En septembre 2017, il décide de tourner une vidéo sur le harcèlement à l'école après qu'une abonnée lui a fait part de son mal-être. Vue 3,4 millions de fois, celle-ci tape dans l'œil de Virginie Selmi, chargée de mission pour le ministère de l'Éducation nationale au Centre académique d'aide aux écoles et aux établissements. Depuis, Nino fait partie de la délégation du ministre dans chacun des déplacements de la campagne #Nonauharcèlement. Jean-Michel Blanquer apprécie son humour, « même s'il ne comprend pas la plupart des vanes ».

Mais le ministre sait l'importance de la prise de parole de Nino pour appuyer ses propos. « La dernière fois dans une école à Dijon, Jean-Michel Blanquer est allé voir discrètement son attachée de presse pour lui dire : "Dites à la tribune de se dépêcher parce qu'il faut que Nino ait le temps de parler" », raconte l'humoriste. L. H.

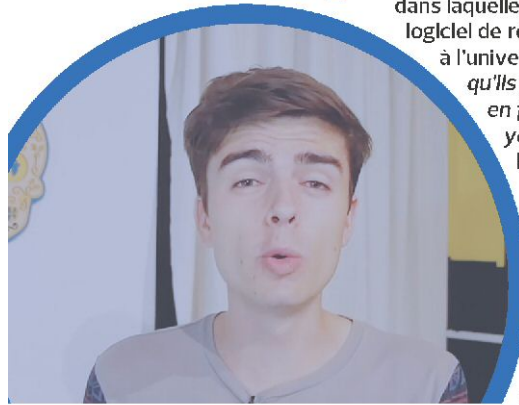
RÉVISIONS DU BAC

HARCÈLEMENT SCOLAIRE

ENGAGEMENT CITOYEN AU LYCÉE

HugoDécrypte, le trublion de l'info

Sur sa chaîne HugoDécrypte, le jeune Hugo Travers, 20 ans, a l'habitude d'interviewer les politiques et de proposer des pastilles pour vulgariser les grands sujets de société. Une vidéo détonne pourtant dans sa playlist. Elle livre des conseils pendant huit minutes pour « lancer un projet à côté de ses études ». C'est le ministère de l'Éducation nationale qui l'avait commandée à Hugo dans le cadre de ses Semaines de l'engagement. Et le jeune homme a accepté de la tourner, car il la jugeait « suffisamment apaisante ». Quelques mois plus tard, Hugo n'a pourtant pas hésité à mettre en ligne une vidéo intitulée *Parcoursup, pire qu'APB ?*, dans laquelle il égratigne le nouveau logiciel de répartition des lycéens à l'université. « Ils savent très bien qu'ils prennent des risques en faisant travailler des youtubeurs ! » s'amuse



le jeune homme qui, comme beaucoup, n'a pas eu de contact avec le ministère après la publication de sa vidéo, et n'a donc pas prévu d'autre pastille. « Ils doivent varier les influenceurs pour toucher différentes audiences », explique-t-il.

L.H. SCHEISS