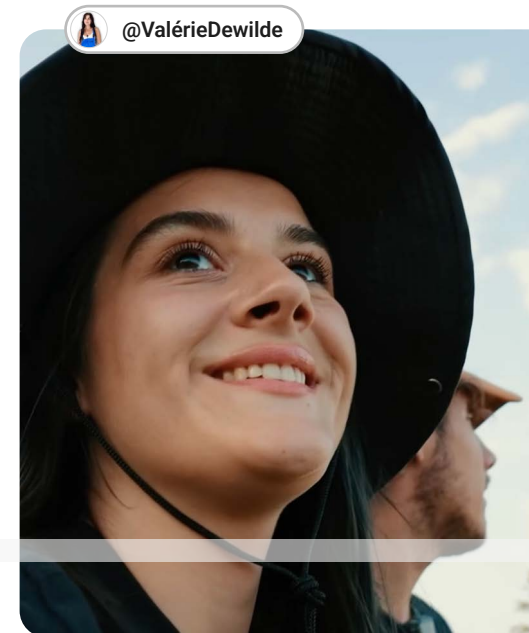
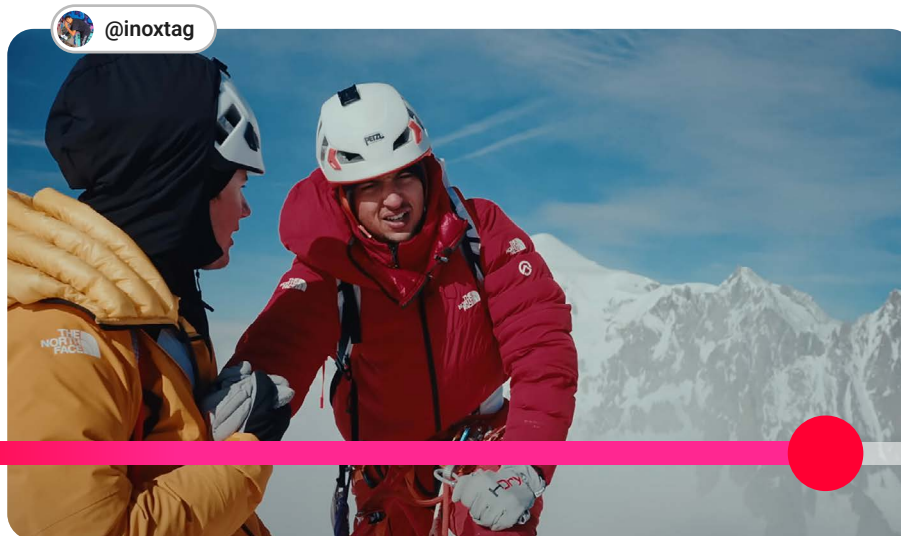
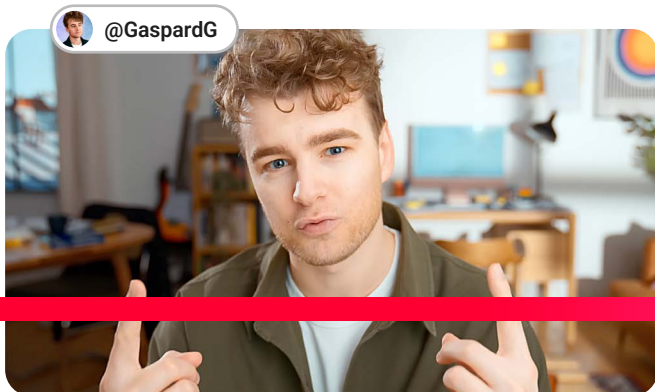


YouTube, moteur de croissance de la Creator Economy



L'impact de YouTube
en France en 2024



03 Une lettre du PDG de YouTube

04 L'impact de YouTube en France

06 Un modèle économique partagé

13 Un secteur d'activité grandissant

20 De nouvelles formes d'apprentissage

25 La Culture et l'Information réinventées



Nous sommes fiers de collaborer avec Oxford Economics pour la plupart des recherches présentées dans ce rapport. Pour en savoir plus sur la méthodologie, veuillez scanner le QR code.

En seulement deux décennies, YouTube a radicalement changé notre façon de créer ou regarder les contenus, pour apprendre, comprendre, se divertir, découvrir. YouTube est devenu l'espace de partage de tous les contenus appréciés par les utilisateurs, qu'il s'agisse de séries ou de podcasts, en passant par la musique et les retransmissions sportives en direct. Et c'est à nos créateurs et à nos créatrices que nous le devons.

Neal Mohan



En 2007, nous avons lancé le Programme Partenaire YouTube qui a posé les bases de l'économie des créateurs telle que nous la connaissons aujourd'hui. À l'époque, le terme créateur n'existait même pas. Aujourd'hui, c'est un métier dont rêvent des millions de personnes.

Avec plus de spectateurs et plus d'annonceurs présents sur YouTube, les créateurs n'ont jamais eu autant d'opportunités. Depuis plus de dix ans, le montant total que YouTube verse aux créateurs augmente chaque année. Et cette croissance s'est accélérée au cours des trois dernières années.

Ce rapport montre que YouTube a contribué à hauteur de 1 milliard d'euros au PIB de la France en 2024, en aidant à la création de plus de 24 000 emplois.

Les créateurs et les entreprises n'ont jamais eu autant d'occasions de générer des revenus sur YouTube. Nous constatons que ces revenus sont réinvestis dans leurs contenus, leurs équipes et leurs opérations.

Cette dynamique, et la projection des deux prochaines décennies, nous permet d'affirmer que l'économie des créateurs n'en est encore qu'à ses débuts. Merci à toutes celles et ceux qui ont contribué à l'incroyable histoire de YouTube jusqu'à présent. Nous avons hâte de voir ce que les 20 prochaines années nous réservent.



Neal Mohan
PDG, YouTube

L'impact de YouTube en France

En 2007, YouTube a eu une idée ambitieuse qui ne relevait finalement que du bon sens : et si les créateurs recevaient une véritable part de la valeur du contenu qu'ils créent ?

En partageant plus de la moitié des revenus publicitaires directement avec les créateurs, YouTube a levé les obstacles traditionnels de la création de contenu. Cela a permis aux créateurs de générer un revenu, de recruter et de développer leurs activités, créant ainsi une économie de créateurs propice à l'évolution des entreprises traditionnelles du secteur des médias et de la musique grâce à un partenariat lucratif.

Aujourd'hui, YouTube offre une plateforme dynamique aux entreprises françaises, aux institutions culturelles et aux créateurs de contenu pour toucher des audiences locales et mondiales. YouTube aide aussi les créatrices et créateurs à le faire de manière responsable, en mettant l'accent sur le respect de la sécurité des enfants, la santé mentale et l'éducation aux médias, dans un contexte où la désinformation est plus présente que jamais.

Ces entrepreneurs créatifs réalisent des vidéos pour les milliards de personnes qui se tournent vers YouTube chaque mois pour trouver du contenu divertissant, éducatif et culturel, tout en contribuant à la croissance de l'économie française.

1 Md € **PIB**

L'écosystème créatif de YouTube a contribué à plus de 1 milliard d'euros au PIB de la France en 2024.*

24 000 **ETP**

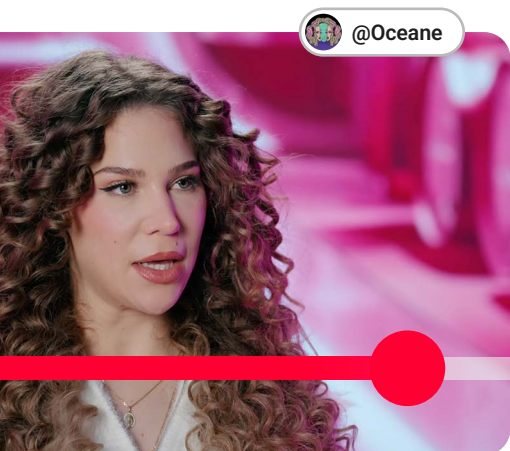
L'écosystème créatif de YouTube correspond à plus de 24 000 emplois équivalents temps plein (ETP) en France.*

A group of five mountaineers are gathered on a snowy mountain peak. They are wearing colorful, high-altitude climbing gear, including yellow, red, orange, and purple jackets, helmets, and goggles. Some are raising their gloved hands in celebration. In the background, a massive, snow-covered mountain peak rises against a clear blue sky. A horizontal red bar with a white circle is overlaid on the image, serving as a background for the text.

YouTube : la seule plateforme qui, depuis sa genèse, a partagé plus de la moitié de son chiffre d'affaires à la Creator Economy.

Un modèle économique partagé

Les créateurs trouvent leurs audiences, développent des carrières et gèrent des entreprises sur YouTube.



Partager plus avec les créatrices et créateurs

Notre modèle de partage des revenus, le Programme Partenaire YouTube, verse aux créatrices et créateurs les revenus générés par la publicité et les abonnements YouTube Premium.

Les annonceurs utilisent YouTube pour toucher les audiences qui interagissent avec les contenus des créateurs. YouTube partage ensuite les revenus générés par la publicité avec les créateurs.

Cela leur permet de développer des communautés et de lancer leur carrière et celles d'autres personnes. Les créateurs ne se contentent pas de subvenir à leurs besoins. Ils contribuent également à renforcer l'économie française en créant des emplois et en lançant des projets dépassant le cadre de YouTube.

70 milliards+ de dollars US

YouTube a versé plus de 70 milliards de dollars US aux créateurs, artistes et entreprises médiatiques du monde entier au cours des 3 années précédant le mois de janvier 2024.*



La monétisation via le Programme Partenaire YouTube*

Au fil des années, nous avons continué à investir, au-delà de la publicité, dans de nouvelles options de monétisation pour les créateurs et créatrices. Il existe désormais 10 façons de gagner de l'argent grâce au partage des revenus et à l'engagement des fans.*

Par exemple, le Super Chat est une fonctionnalité d'engagement des fans qui permet aux spectateurs d'acheter des messages dans le chat en direct et ainsi de se démarquer des autres pour attirer l'attention de leurs créateurs préférés.

Ces outils contribuent à augmenter les revenus des créateurs et les aident à développer leur communauté.



*Scannez pour en savoir plus sur le Programme Partenaire YouTube



L'unicité des voix permet aux créateurs et à leurs contenus de se démarquer

Il y a plus de 20 milliards de vidéos sur YouTube au niveau mondial. Les créateurs et créatrices mettent en ligne 20 millions de vidéos supplémentaires chaque jour.*

C'est pourquoi les spectateurs ont besoin d'outils pour trier et organiser toutes ces vidéos de manière utile et pertinente. La personnalisation aide les créateurs de contenu à se démarquer et à être reconnus, et ainsi développer une audience fidèle.

1M SUBS

Plus de 900 chaînes comptent plus d'un million d'abonnés, soit une augmentation de plus de 20 % par rapport à l'année dernière.**

*Données internes de YouTube, avril 2025

**Données internes de YouTube, déc. 2024



65%

65 % des utilisateurs reconnaissent qu'ils peuvent trouver sur YouTube du contenu qui reflète leur culture et leur point de vue.***

***Selon une étude d'Oxford Economics, 2025

Encourager une diversité de la création en France

En encourageant la créativité, on débloque des opportunités économiques et d'innovation. C'est pourquoi YouTube s'engage à aider les créateurs français à générer des revenus et à investir dans leur propre croissance.

Avec l'accès au partage des revenus publicitaires du Programme Partenaire YouTube, aux abonnements YouTube Premium, aux ventes directes via YouTube Shopping, et à d'autres options de monétisation robustes, les créateurs peuvent se concentrer sur la création de contenu de qualité et toucher de nouvelles audiences.

+60%

Plus de 60 % du temps de visionnage de **contenus produits par des chaînes françaises provenait de l'étranger.***

*Données internes de YouTube, déc. 2024

**Selon une étude d'Oxford Economics, 2025

YouTube soutient également l'économie des créateurs grâce à l'initiative YouTube Ciné-Club. Cette initiative qui permet à des créateurs et créatrices de projeter du contenu YouTube au cinéma, répond aux attentes particulières des fans des médias traditionnels et numériques, et vise à faciliter le rapprochement des créateurs proposant du contenu de qualité du secteur du cinéma et des audiences internationales.

Nos solutions de monétisation et nos outils de production permettent aux créateurs d'entretenir leurs passions, d'interagir avec des audiences mondiales, et de bâtir des entreprises durables, tout en contribuant à la croissance créative et économique en France.

62%

62 % des créateurs qui gagnent de l'argent grâce à YouTube affirment que YouTube leur **permet de toucher des audiences internationales auxquelles ils n'auraient pas accès autrement.****



@AnnaRvr

69%

69 % des créateurs reconnaissent que YouTube **est une plateforme incontournable pour toucher une audience internationale.****

**« YouTube m'a permis
de créer une
communauté. »**

Un utilisateur YouTube (18 à 24 ans)
Île-de-France

De YouTube à l'Everest : l'ascension créative d'*Inoxtag*

Le parcours YouTube d'*Inoxtag* a commencé comme beaucoup d'autres : un jeune passionné de jeux vidéo qui publie des vidéos. En grandissant, son audience l'a suivi, et avec le succès de ses contenus, il est devenu l'un des plus gros créateurs en France. Mais après des années de vidéos régulières et de formats rapides, *Inoxtag* a ressenti le besoin de faire quelque chose de différent.

Ce besoin de renouveau a donné naissance à Kaizen : un projet documentaire ambitieux, mené sur deux ans, inspiré par la philosophie japonaise de l'amélioration continue. Plutôt que de courir après les likes, *Inoxtag* a choisi de poursuivre un but plus profond : s'entraîner physiquement et mentalement pour atteindre le sommet de l'Everest — se dépassant à la fois devant et loin de la caméra.

Le résultat : un documentaire long format, tourné avec une équipe professionnelle, doté d'un budget de plusieurs millions d'euros et soutenu par plus de dix marques partenaires.

9.2M

abonnés

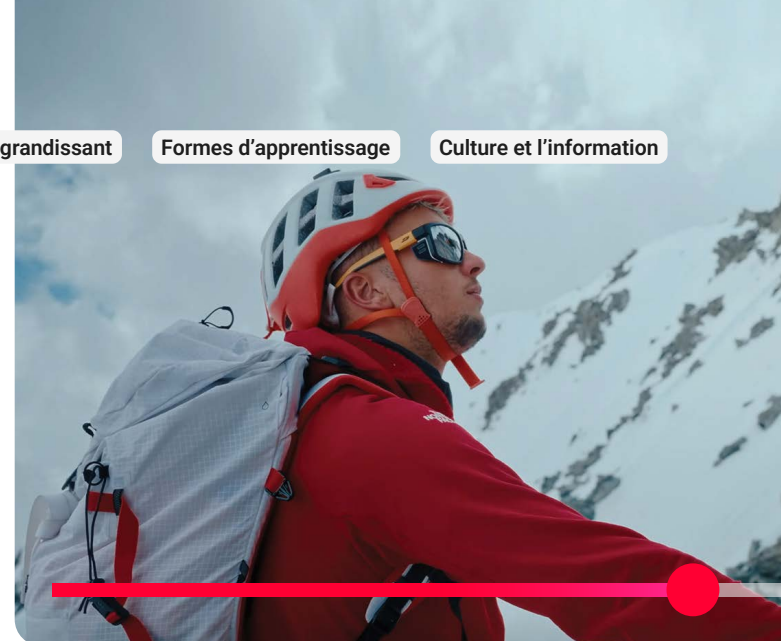
1.3 Md

vues

Ce format représente une rupture avec ses contenus habituels : pas de vidéos hebdomadaires, pas de montages rapides... Seulement une histoire cinématographique, personnelle, qui a touché des millions de personnes à travers le monde.

Grâce au YouTube Ciné-Club par mk2, une collaboration inédite entre YouTube et mk2 permettant la sortie cinéma d'un contenu YouTube, Kaizen a été projeté dans les salles obscures de toute la France ainsi que dans dix autres pays, avec 370 000 billets vendus en 24 heures. Sa diffusion s'est étendue à la télévision nationale (en France, en Belgique et en Suisse) et sur une plateforme de streaming. Sur YouTube, Kaizen a été vu plus de 16 millions de fois sur les téléviseurs des familles : un exemple de l'évolution de la consommation du contenu YouTube.

Kaizen est la preuve que YouTube permet aux créateurs d'évoluer selon leurs propres règles. *Inoxtag* a redéfini ce qu'un créateur peut être : non plus seulement un créateur divertissant, mais aussi un athlète et un cinéaste. Son parcours donne un aperçu d'une plateforme où les créateurs grandissent avec leur communauté, et où l'inspiration peut les emmener bien au-delà de l'écran.



« YouTube s'impose comme une plateforme de contenus ambitieux, devenant un véritable espace de création cinématographique, porté par les créateurs eux-mêmes. Je souhaite insuffler cette impulsion ! »

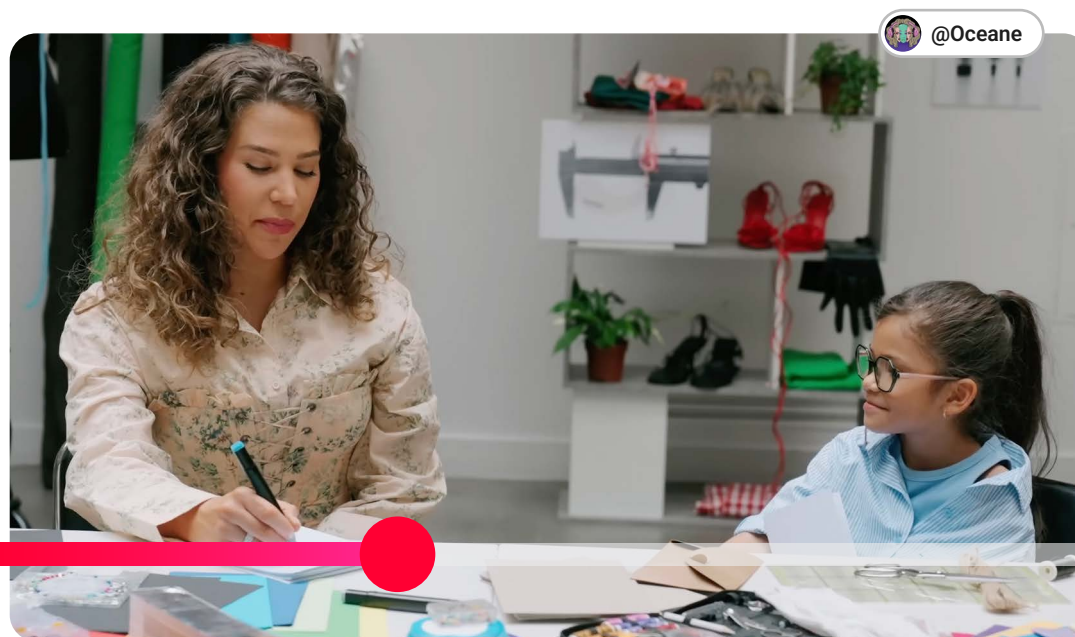
Inoxtag, créateur YouTube



@inoxtag

Un secteur d'activité grandissant

Les créateurs médias et musique se démarquent et développent leur activité sur YouTube.



Soutenir une industrie des médias florissante

Qu'est-ce qui fait de YouTube un partenaire essentiel pour les diffuseurs français et le secteur des médias au sens large ?

YouTube permet aux entreprises de médias traditionnels et aux créateurs indépendants d'élargir leur couverture mondiale grâce à de nouveaux formats de distribution. Cela génère les revenus nécessaires pour investir dans des équipes de production, dans une couverture de qualité des événements importants et dans la prochaine génération d'innovations en matière de médias.

78%

78 % des entreprises du secteur des médias qui possèdent une chaîne YouTube s'accordent à dire que YouTube a augmenté l'offre de talents créatifs dans l'industrie.*

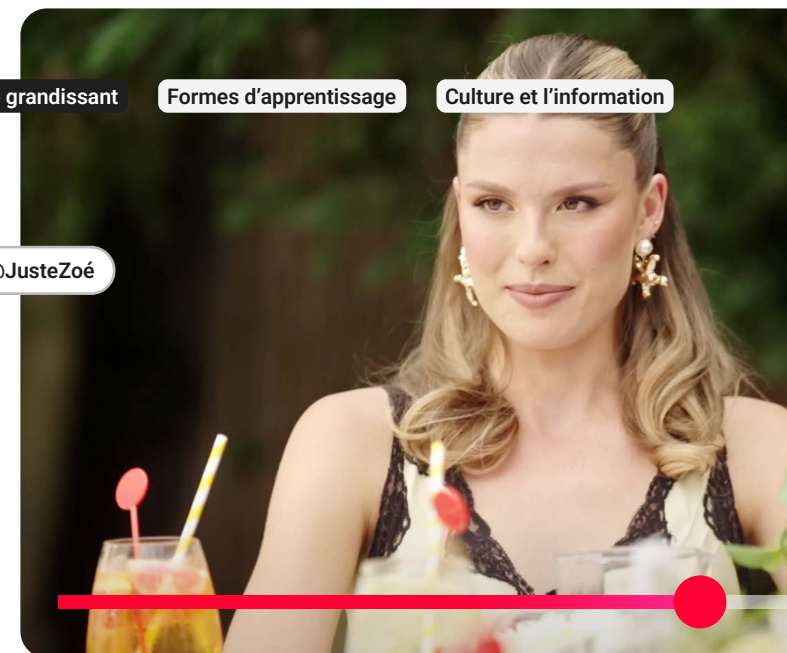
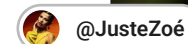
En s'associant avec des créateurs pour transformer la production et la distribution de contenu, YouTube insuffle une dynamique d'opportunités pour l'ensemble de l'écosystème médiatique.

84%

84 % des entreprises du secteur des médias possédant une chaîne YouTube affirment que YouTube les aide à toucher de nouvelles audiences à travers le monde.*

85%

85 % des entreprises du secteur des médias qui possèdent une chaîne YouTube, s'accordent à dire que YouTube **représente une source de revenus importante pour leur entreprise.***



L'INA fait rayonner le patrimoine audiovisuel français auprès de nouveaux publics

L'Institut national de l'audiovisuel (INA) abrite l'une des plus vastes bibliothèques audiovisuelles au monde, conservant la mémoire médiatique de la France avec plus de 30,5 millions d'heures de télévision et de radio numérisées, auxquelles s'ajoutent chaque année 800 000 heures supplémentaires.

Depuis le lancement de ses premières chaînes YouTube en 2013, l'INA s'est transformé en un puissant réseau numérique comptant près de 50 chaînes. Entre programmes cultes, documentaires et formats innovants pensés pour le digital, l'institut touche aujourd'hui des millions de personnes. Chaque chaîne suit sa propre ligne éditoriale et s'adresse à des publics spécifiques, tout en restant fidèle à la mission patrimoniale de l'INA.

YouTube occupe une place centrale au sein de la stratégie « d'hyper distribution » de l'INA, qui vise à faire rayonner ses contenus bien au-delà des frontières françaises et à capter l'attention des jeunes générations, nées avec le numérique.

Cette présence s'inscrit dans une galaxie plus large, qui inclut la plateforme de vidéos à la demande Madelen, des chaînes FAST et des podcasts. Cette offre vient renforcer l'impact et la visibilité de YouTube, tout en permettant à l'INA d'aller à la rencontre des publics, où qu'ils se trouvent.

En 2024, les chaînes YouTube de l'INA ont enregistré plus de 530 millions de vues et attiré continuellement de nouveaux abonnés, formant une communauté fidèle. Comme le résume la direction de l'INA : « Nos abonnés reviennent sur les mêmes chaînes plusieurs fois, et de nouveaux publics nous découvrent chaque jour. C'est un vrai plaisir de faire rayonner le patrimoine médiatique de la France. »



ina @Inasociete

« Nous avons débuté notre aventure sur YouTube en 2013 avec une dizaine de chaînes. Aujourd'hui, nous en gérons près de cinquante, ce qui nous permet de partager l'actualité, la culture et le divertissement français avec des publics du monde entier. »

Antoine Bayet
Directeur Editorial de l'INA

6.1 M
abonnés

530 M
vues





YouTube, la scène numérique de *Believe* pour ses artistes

Believe, l'un des leaders mondiaux du marché de la musique, est basé à Paris et présent dans plus de 50 pays. *Believe* propose une gamme complète de services comprenant la distribution numérique, l'édition musicale, le marketing et le développement d'artistes. En 2024, les artistes de *Believe* ont généré plus de 800 milliards de streams dans le monde, se classant en tête en France avec le meilleur single, le meilleur album et le meilleur artiste de l'année (source : Top 200 SNEP 2024). Portée par une vision fondée sur l'innovation et l'indépendance, *Believe* a offert un tremplin à des artistes tels que Yamê, Naza, The Blaze et Emma Peters, ainsi qu'à des stars locales comme, JuL et Gims.

Le partenariat solide avec YouTube est au cœur de leur stratégie. Cette collaboration permet aux artistes et aux labels de profiter des dernières fonctionnalités de la plateforme, tout en intégrant YouTube dès les premières étapes de lancement de leurs projets.

Plus qu'un simple canal de diffusion, YouTube devient un espace clé d'expression, d'engagement et de lien avec les fans.

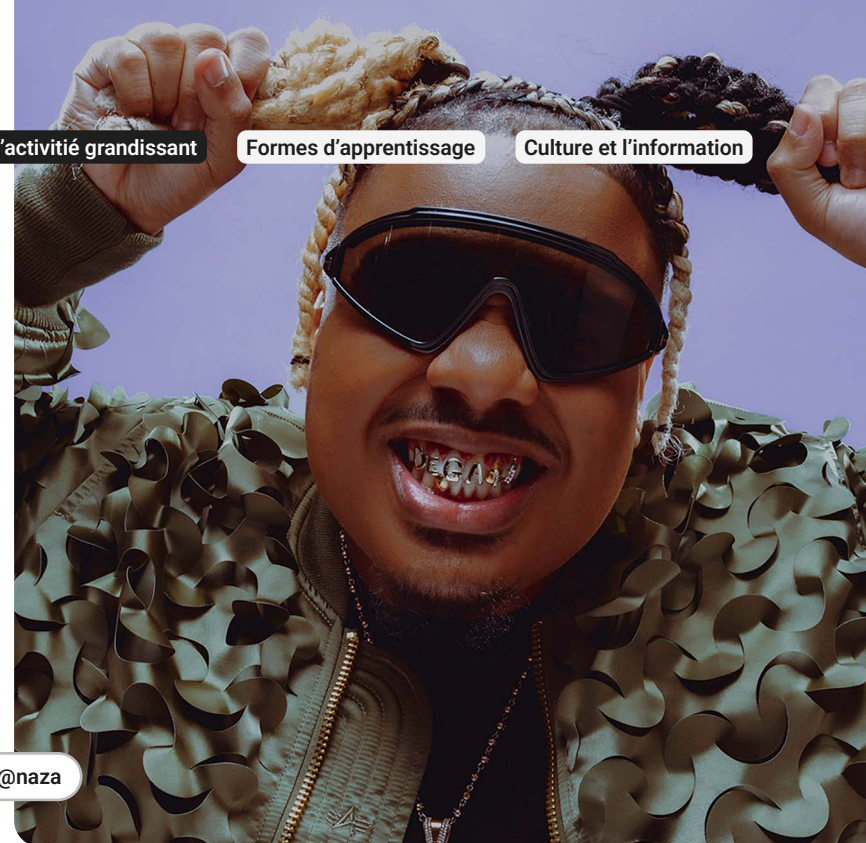
Ce partenariat stratégique incarne l'engagement de *Believe* en faveur de l'innovation et de l'autonomisation des artistes. En s'alignant étroitement avec YouTube, *Believe* crée les conditions d'un succès durable pour ses talents dans un écosystème musical numérique en constante évolution.

« Nous avons également pour ambition de créer le meilleur écosystème possible pour les artistes sur YouTube, en aidant la plateforme à mieux comprendre leurs besoins et à concevoir des fonctionnalités qui leur permettent de continuer à prospérer. », affirme Alexandre Paris – Head of Video & Audience Development Believe France

3 M
abonnés*

153 M
vues*

*Exemple de la chaîne YouTube de Naza, artiste Believe



« Fédérer une communauté sur YouTube est l'un des moyens les plus puissants pour un artiste de se faire connaître et de trouver son public. »

Alexandre Paris
Head of Video & Audience Development Believe France

Offrir aux talents musicaux français des opportunités à l'échelle mondiale

En s'associant avec des artistes et des labels de musique afin d'offrir aux talents locaux une scène mondiale, YouTube est devenu un contributeur majeur au succès de l'industrie de la musique en France.

Nous facilitons le lancement et la promotion des nouvelles sorties musicales pour les artistes, qu'il s'agisse de vidéos spectaculaires, de performances en direct, de sets de DJ ou de reprises.

Les utilisateurs trouvent ainsi de nouveaux artistes et partagent leurs découvertes, alors que les labels de musique, aidés par un système fiable de gestion des droits et de contrôle des droits d'auteur, découvrent et soutiennent des talents.

YouTube s'engage à offrir aux artistes musicaux français plus de moyens de générer des revenus à partir de leurs chaînes ainsi que la possibilité de lancer leur carrière en se consacrant à leur passion, pour le plus grand plaisir des audiences mondiales qui les apprécient.

87%

87 % des entreprises du secteur de la musique ayant une chaîne YouTube déclarent que YouTube est une source de revenus importante pour leur entreprise.*

75%

75 % des entreprises du secteur de la musique qui possèdent une chaîne YouTube estiment que la plateforme a augmenté l'offre de talents créatifs dans ce secteur.*

72%

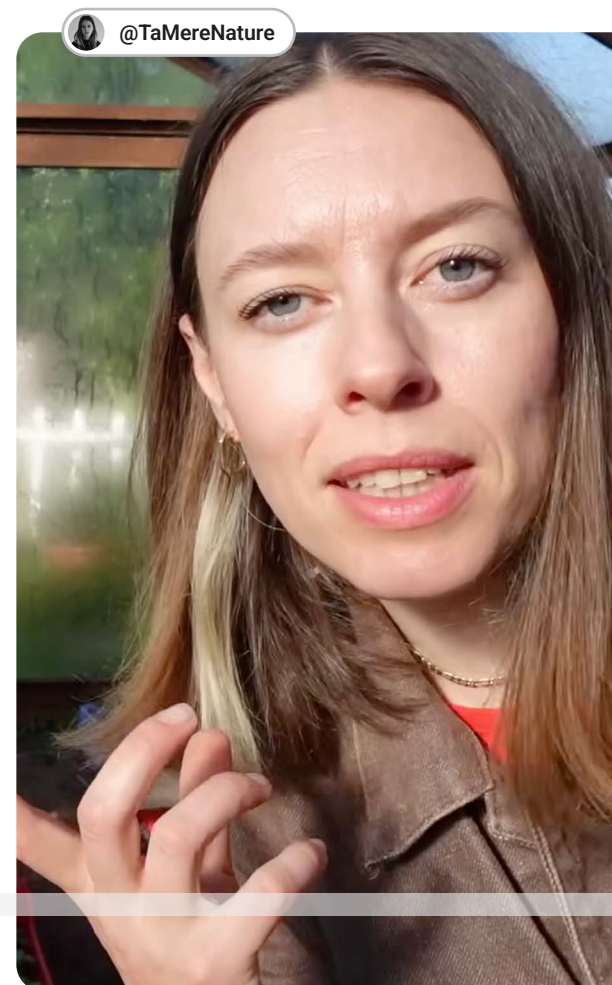
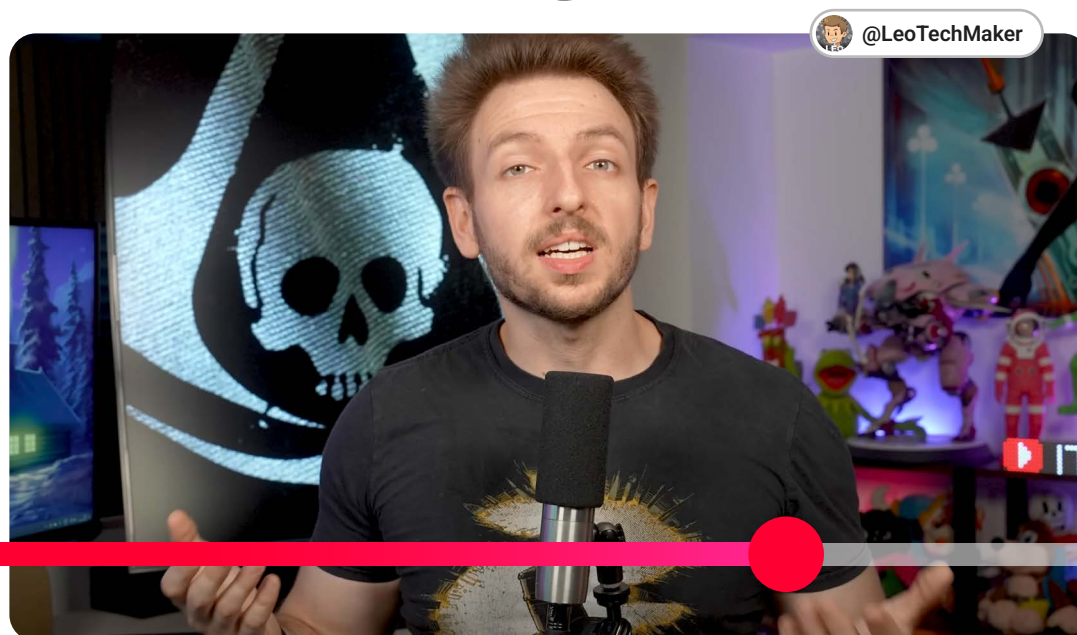
72 % des entreprises du secteur de la musique qui possèdent une chaîne YouTube déclarent que YouTube les aide à toucher de nouvelles audiences à travers le monde.*

« Je suis musicien. YouTube m'offre une super opportunité de m'exprimer via une plateforme de diffusion qui me permet de toucher des spectateurs du monde entier. C'est très stimulant pour un créateur de contenu. »

Un utilisateur YouTube (45 à 54 ans)
Île-de-France

De nouvelles formes d'apprentissage

Toutes les personnes souhaitant apprendre de nouvelles choses bénéficient d'un accès à des informations de qualité sur YouTube.



Les familles considèrent YouTube comme une ressource fiable pour l'apprentissage et la découverte

YouTube et YouTube Kids offrent aux parents des plateformes de confiance pour se lancer dans l'apprentissage en ligne avec leurs enfants.

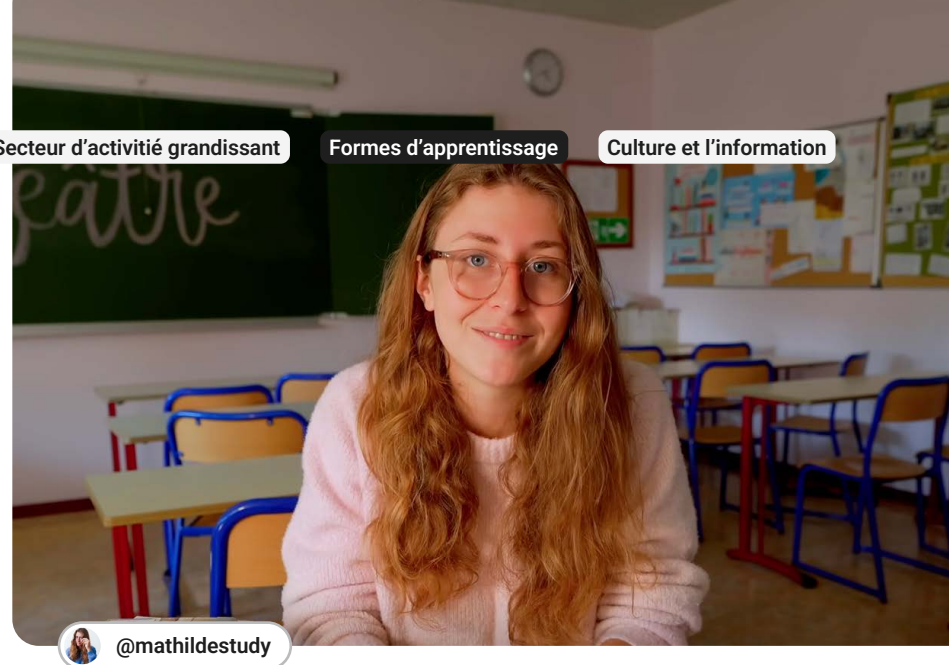
Cette confiance repose sur des contrôles parentaux accessibles et des principes de qualité qui guident les créateurs tout au long de leur processus de production.

Les familles françaises considèrent YouTube et YouTube Kids comme des ressources précieuses qui encouragent des apprentissages adaptés aux différents âges ainsi que la curiosité au-delà du cadre scolaire. Nous offrons un écosystème diversifié de contenus engageants provenant de sources fiables et conçus comme un complément à l'apprentissage traditionnel qui permet aux jeunes élèves de faire des découvertes enrichissantes sur leur environnement.

68 %

En France, 68 % des parents qui utilisent YouTube **estiment que YouTube (ou YouTube Kids) aide leurs enfants à apprendre.***

*Selon une étude d'Oxford Economics, 2025



80 %

80 % des parents qui utilisent YouTube déclarent que YouTube (ou YouTube Kids) **fournit un contenu de qualité pour les apprentissages et/ou le divertissement de leurs enfants.***

Les professeurs font appel à YouTube pour améliorer leur enseignement

YouTube et YouTube Kids sont des plateformes simples et efficaces pour trouver un contenu éducatif enrichissant.

Qu'il s'agisse de chimie ou de codage, nos ressources éducatives constituent un complément utile aux méthodes et matériels d'enseignement traditionnels. Les élèves de tous âges apprécient l'accès à des vidéos de grande qualité proposées par des créateurs et créatrices renommés, dont de nombreux enseignants.

Avec la créativité qui les caractérise, nos créateurs permettent aux enseignants (et aux parents) d'élargir le champ des apprentissages en toute sécurité et d'encourager les élèves à tirer tout le profit de chaque leçon.



@InfoouMytho

69%

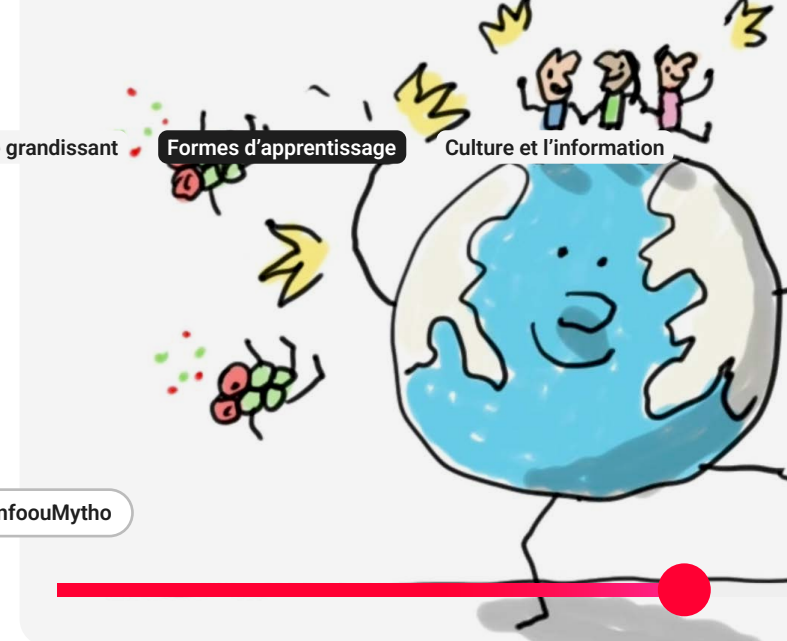
69 % des enseignants qui utilisent YouTube s'accordent à dire que YouTube aide les élèves dans leurs études.*

77%

77 % des enseignants qui utilisent YouTube déclarent que YouTube permet aux élèves de continuer à apprendre en dehors de la salle de classe.*

78%

78 % des enseignants qui utilisent YouTube rapportent avoir utilisé du contenu YouTube dans leurs leçons et/ou devoirs.*



« Mes enfants découvrent de nouveaux dessins animés et du contenu éducatif agréable et instructif. »

Un utilisateur YouTube (56 à 64 ans)
Île-de-France

Milan Presse a aidé les enseignants à entrer dans l'ère numérique et à promouvoir l'éducation aux médias

Milan Presse, l'un des principaux éditeurs français pour la jeunesse, a commencé à utiliser YouTube pour transformer sa mission éducative en un format numérique attrayant qui pourrait aider les enseignants à toucher les jeunes là où ils se trouvent : en ligne. L'équipe a lancé la chaîne YouTube Info ou Mytho pour encourager l'éducation aux médias et l'esprit critique chez les adolescents de 13 à 15 ans.

Aujourd'hui, la chaîne aborde des sujets tels que les « fake news », les théories du complot, l'intelligence artificielle et la participation citoyenne avec une approche ludique de la narration. L'utilisation de l'humour, de visuels accrocheurs et d'approches narratives engageantes rendent des sujets complexes plus accessibles à un public jeune.

Les données d'engagement sur la plateforme aident l'équipe de Milan Presse à identifier les contenus qui fonctionnent le mieux, tandis que les commentaires et l'utilisation en classe permettent à l'équipe de faire évoluer la chaîne. Comme le souligne l'équipe, « YouTube nous tient en haleine. Les commentaires, les mesures, les partages — tout cela constitue un retour d'information direct. C'est une plateforme d'apprentissage permanent. »

Le contenu d'Info ou Mytho est désormais régulièrement utilisé dans les salles de classe — 45 guides pédagogiques y ont été téléchargés par plus de 3 000 enseignants en l'espace d'un an — et même référencé dans des travaux universitaires. Info ou Mytho est une réussite numérique et un modèle pour les éditeurs qui cherchent des moyens de prospérer à l'ère du numérique.

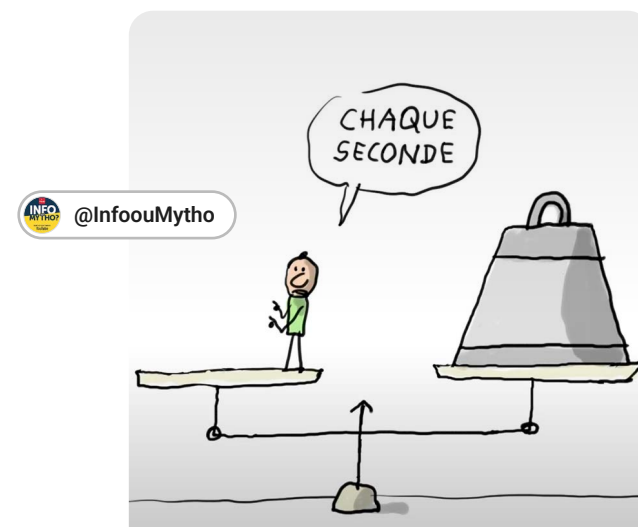
625 000
abonnés

156 M
vues



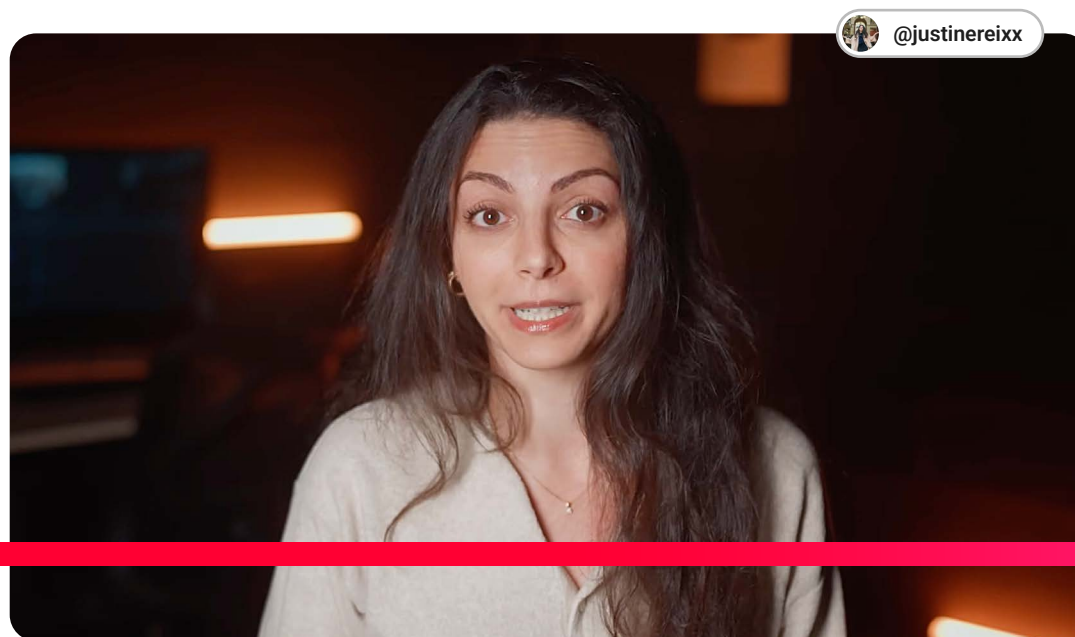
« Avec plus de 600 000 abonnés sur YouTube, nous avons pu élargir notre impact bien au-delà du public traditionnel de la presse écrite. »

Marie-Anne Denis
Directrice générale de Milan Presse



La Culture et l'Information réinventées

Les utilisateurs bénéficient d'informations crédibles et de qualité sur YouTube.



Les Français de tous âges consultent YouTube pour apprendre

YouTube offre aux Français et Françaises de tous âges un espace gratuit et ouvert proposant des informations de qualité et utiles.

Notre plateforme offre un accès flexible et personnalisé à l'expertise des créateurs. Les utilisateurs peuvent ainsi améliorer leurs compétences techniques et professionnelles, et se consacrer à leurs loisirs et centres d'intérêt. Nous donnons à toutes et tous les moyens de continuer à apprendre, à s'épanouir et à partager le meilleur d'eux-mêmes avec le monde qui les entoure.

60%

60 % des utilisateurs déclarent qu'ils **utilisent souvent YouTube pour s'instruire.***

89%

89 % des utilisateurs déclarent utiliser YouTube pour **s'informer et acquérir de nouveaux savoirs.***

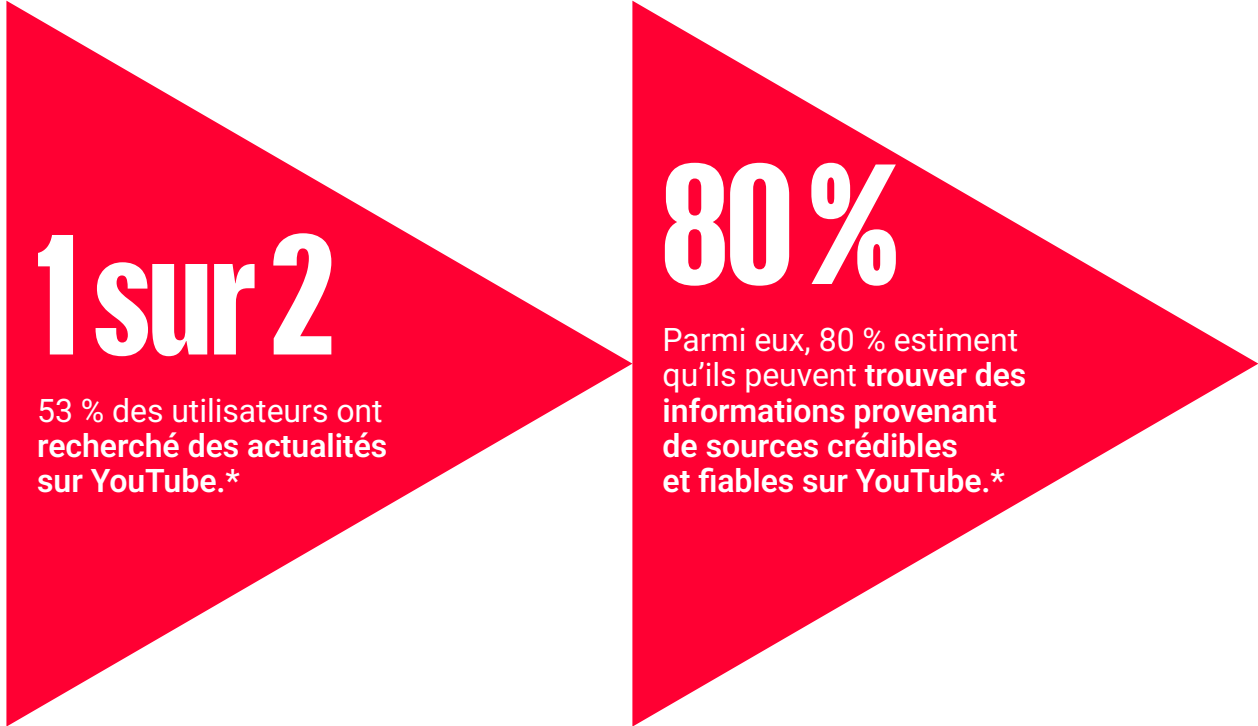




Donner un accès à des sources d'information de qualité à tous les utilisateurs

YouTube s'engage à proposer à tous les Français et Françaises des actualités pertinentes et des informations fiables.

Les utilisateurs apprécient l'expertise et la diversité des contributeurs qui proposent tout type de contenu, des actualités jusqu'aux podcasts spécialisés, en passant par les analyses historiques. En privilégiant l'accès à un contenu d'actualités responsable, nous permettons aux utilisateurs de rester informés des enjeux sociétaux et communautaires.



1 sur 2

53 % des utilisateurs ont recherché des actualités sur YouTube.*

80 %

Parmi eux, 80 % estiment qu'ils peuvent trouver des informations provenant de sources crédibles et fiables sur YouTube.*

64 %

64 % des entreprises du secteur des médias qui utilisent **YouTube** conviennent de l'utilité de la plateforme pour améliorer leur couverture lors de moments critiques, en matière d'actualités ou de crises notamment.*

66 %

66 % des entreprises du secteur des médias qui possèdent une chaîne YouTube s'accordent à dire que **YouTube** leur est utile pour diffuser leur contenu relatifs à des faits d'actualité.*

 @CharlesVilla



**« YouTube est une excellente
plateforme pour acquérir des
connaissances et s'informer. »**

Un utilisateur YouTube (45 à 54 ans)
Île-de-France



Gaspard rend le journalisme politique plus accessible

Gaspard Guermonprez incarne une nouvelle ère du journalisme politique. En mettant l'accent sur la politique, la société et l'actualité, Gaspard s'est créé une place sur YouTube en proposant un contenu d'information sérieux et accessible qui trouve un écho auprès des publics natifs du numérique — et de ses 1,3 million d'abonnés. Ce qui a commencé comme une passion d'enfance s'est transformé en un média de haute qualité en constante évolution.

Fondée en 2013, la chaîne Gaspard G produit des vidéos longues et approfondies qui promeuvent l'importance d'une meilleure compréhension des questions politiques et sociétales clés — en particulier celles qui ont un impact sur la France. Son travail se distingue par une volonté de démystifier ces questions et de rendre plus accessible des réflexions éclairées. Son audience de plus en plus diversifiée, composée à 85 % de personnes âgées de 18 à 35 ans, illustre le succès des efforts déployés par Gaspard pour rendre la politique plus inclusive et moins élitiste.

En plus de sa chaîne YouTube à succès, Gaspard dirige Intello, une agence représentant des créateurs français, et a récemment travaillé sur un documentaire sur l'expérience des autochtones dans les pensionnats canadiens. Il est fermement convaincu que YouTube est le lieu idéal pour son contenu, déclinant les offres des médias traditionnels et choisissant de développer sa propre plateforme. Par ailleurs, fort de son expertise, Gaspard accompagne des journalistes plus traditionnels à se lancer sur YouTube tels que Claire Chazal, qu'il considère comme une icône de l'information et dont il assure la production pour sa chaîne YouTube, et Stéphane Bern.

“Lorsque j'ai commencé, les gens m'ont dit : « *Être YouTubeur, ce n'est pas un travail* ». Aujourd'hui, non seulement j'ai une véritable carrière grâce à YouTube, mais nous avons employé 17 personnes dans la chaîne et l'agence et nous travaillons avec 80 indépendants par an”.

@GaspardG



« YouTube est le foyer des médias d'information pour notre génération. C'est un endroit où les jeunes se rendent pour comprendre ce qui se passe dans le monde qui les entoure. »

Gaspard

1.4 M
abonnés

103 M
vues

