

Actu15-25 N°46 - Hebdomadaire - Mardi 20 septembre 2011

Lettre personnelle. Reproduction et transfert interdits sans l'accord préalable de l'éditeur.

SOMMAIRE

MUSIQUE : [L'association entre Live Nation et Universal Music illustre l'évolution actuelle de l'industrie musicale](#)

MULTIMEDIA : [La relation des marques avec leurs fans sur Facebook n'est plus aussi idyllique qu'avant, selon DDB/Opinion Way](#)

ENSEIGNEMENT : [La croissance du taux de scolarisation des 15-29 ans dans les pays de l'OCDE ralentit, en particulier en France](#)

MEDIAS : [NRJ Group envisage de développer sensiblement le nombre de ses webradios d'ici à la fin de l'année](#)

MUSIQUE : [Le marché français de la musique enregistrée encore en baisse de -5,7% au premier semestre](#)

MUSIQUE : [Le grand public et les professionnels attendus à la seconde édition du salon-festival Musique Expo](#)

MEDIAS : [France 4 recentre sa programmation sur les jeunes en se présentant comme "la plus généraliste des chaînes jeunes"](#)

TELEX... [Converse - David Guetta/Burn - Star Academy - Le Journal de Carrie - Armée de l'air - FIFA Vs PES 2012 - L'Etudiant.fr - 1789](#)

LICENCES : [BeBoy](#)

CARRIERES : [Sony Music France - SELL](#)

CHIFFRES : [Les effectifs étudiants à la rentrée 2011](#)

RADIO : [Une sélection des principales stations de radio dédiées particulièrement aux 15-25 ans](#)

TELEVISION : [Le panorama des chaînes proposant des programmes dédiés particulièrement aux 15-25 ans](#)

AUDIENCES : [Chaque mois, le palmarès des programmes TV réunissant le plus de 15-24 ans sur la TNT](#)

LES FILMS DE L'ANNEE : [Les films sortis au cinéma en 2010 ciblant particulièrement les 15-25 ans](#)

MUSIQUE : [Le classement des ventes de musique en France avec Chartsinfrance.net](#)

SANTE : [Une analyse de la corpulence des jeunes en France](#)

CALENDRIER SCOLAIRE : [Le calendrier scolaire de l'Education nationale](#)

CHIFFRES CLES : [Les chiffres de l'univers des 15-25 ans](#)

DECOUVREZ ACTUKIDS : [La lettre de veille de l'univers de l'enfant \(3-14 ans\) et de la famille](#)

ACTU15-25 SUR FACEBOOK : [Vous aussi, devenez fan d'Actu15-25 sur Facebook !](#)

L'AGENDA : [L'agenda des professionnels de l'univers du bébé et de la future maman](#)

ARCHIVES : [Tous les articles des précédents numéros d'Actu15-25](#)

ACTUALITÉ

MUSIQUE :

L'association entre Live Nation et Universal Music illustre l'évolution actuelle de l'industrie musicale



Live Nation Entertainment, la plus importante société d'organisation de concerts et événements au monde, et Universal Music ont fait part ce lundi de la signature d'un partenariat stratégique consistant à créer une joint-venture. L'objet de cette nouvelle structure sera de gérer l'image d'artistes et des marques qui en sont dérivés à travers toutes sortes de partenariats, de campagnes marketing, et d'actions visant à développer ces marques.

Concrètement, le partenariat sera piloté par Front Line, la société de management d'artistes de Live Nation, et se manifestera par des actions concernant des artistes d'Universal Music qui

associeront les ventes de places de concert à des produits dérivés. Irving Azoff, Président de Live Nation, voit en ce partenariat une occasion de créer un large éventail de produits basés sur la musique et la relation directe entre les artistes et leurs fans. Ce rapprochement entre deux géants de l'entertainment est une véritable révolution dans le monde de la musique et illustre parfaitement le fait que l'industrie musicale se tourne vers le live et les produits dérivés pour compenser la baisse des revenus de la musique enregistrée (voir les chiffres communiqués par le SNEP).

www.livenation.com - www.universalmusic.com
[sommaire](#)

MULTIMEDIA :

La relation des marques avec leurs fans sur Facebook n'est plus aussi idyllique qu'avant, selon DDB/Opinion Way



L'agence de communication DDB Paris et Opinion Way ont fait paraître la seconde édition de leur étude quantitative menée entre le 28 juin et le 10 juillet auprès de 1.528 individus fans de pages de marques sur Facebook (dont 260 français) représentatifs des internautes âgés de 18 à 60 ans en France, au Royaume-Uni, aux Etats-Unis, en Allemagne, en Turquie et en Malaisie.

Les responsables de l'étude pointent du doigt le fait que *"la relation entre la marque et ses fans sur Facebook ne semble plus aussi idyllique qu'avant"*. En effet, malgré le grand nombre de programmes lancés, cinq marques par fans sont suivies en moyenne, un chiffre qui n'a pas augmenté depuis l'année dernière. De plus, 52% des français se sont déjà désabonnés d'une page (+17 pts).

Concernant les 260 fans français de pages de marques sur Facebook interrogés par DDB et qualifiés de "Likers", 23% sont âgés de 18 à 24 ans et 33% d'entre eux ont réalisé au moins 5 achats en ligne au cours des 6 derniers mois. 53% des Likers français déclarent se rendre sur Facebook plusieurs fois par jour (vs 66% pour l'ensemble des Likers interrogés). Ils sont 30% à affirmer également passer plus de temps sur Facebook qu'il y a 6 mois, et 27% à déclarer y passer moins de temps. A titre de comparaison, l'ensemble de Likers interrogés dans tous les pays étudiés (et surtout les hommes et les 18-24 ans) sont 42% à déclarer passer plus de temps sur Facebook qu'il y a 6 mois. 37% des Likers français déclarent connaître le service de géolocalisation Facebook Places, mais seuls 8% affirment l'utiliser ; ils sont également 36% à connaître Facebook Marketplace, et 7% à l'utiliser.

31% des Likers français disent avoir déjà visité une boutique en ligne sur Facebook et 14% plusieurs fois. Cependant, ils sont nombreux à se dire réticents à communiquer leur numéro de carte bleue sur Facebook.

Les Likers français suivent donc en moyenne 5 marques sur Facebook. Tous pays confondus, les 18-24 ans suivent en moyenne 8,9 marques, c'est-à-dire légèrement plus que la moyenne de l'ensemble des Likers (7,4%). Les marques de mode sont les plus suivies par les Likers français. Viennent ensuite les marques d'alimentation, puis les marques culturelles.

34% des Likers français considèrent que la publication d'informations par les marques sur Facebook n'est pas assez fréquente, et seuls 8% pensent au contraire qu'elle est trop fréquente.

La première motivation des Likers français pour suivre une marque sur Facebook est d'être informé des nouveautés proposées, puis de bénéficier

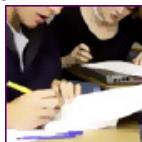
d'avantages promotionnels.

21% des Likers français affirment qu'ils ont plus envie d'acheter une marque depuis qu'ils la suivent sur Facebook, mais ce chiffre est en baisse de -3 points par rapport à l'année dernière, ce qui fait dire aux responsables de l'étude que l'on assiste à un réel "essoufflement de l'enthousiasme généré par les marques sur Facebook".

[sommaire](#)

ENSEIGNEMENT :

La croissance du taux de scolarisation des 15-29 ans dans les pays de l'OCDE ralentit, en particulier en France



La direction de l'Education de l'OCDE a publié son rapport annuel *Regards sur l'éducation 2011* nous apprenant notamment que les taux de scolarisation des 15-19 ans ont augmenté en moyenne de 9,3 points de pourcentage entre 1995 et 2009 dans les pays de l'OCDE, soit une croissance annuelle de 0,7 point. Dans 24 des 31 pays de l'OCDE à l'étude, plus de 80% des jeunes âgés de 15 à 19 ans sont scolarisés.

Les taux de scolarisation des 15-19 ans ont progressé de manière constante dans la quasi-totalité des pays de l'OCDE entre 1995 et 2005 passant de 74% en 1995 à 81% en 2005. Ces taux ont cependant augmenté à un rythme moins soutenu ces quatre dernières années. En France, le taux de scolarisation des 15-19 ans a diminué entre 1995 et 2009, passant de 89% à 84% durant cette période.

Cette tendance est identique en ce qui concerne les 20-29 ans. En moyenne, dans tous les pays de l'OCDE dont les données sont disponibles, les taux de scolarisation des individus âgés de 20 à 29 ans ont augmenté de 8,2 points entre 1995 et 2009, soit une croissance annuelle de 0,6 point. Les taux de scolarisation des 20-29 ans ont progressé à des degrés divers dans la quasi-totalité des pays de l'OCDE et des autres pays du G20 durant la même période. Cette augmentation est particulièrement marquée en Hongrie et en République tchèque : ces pays ont rejoint le milieu du classement des pays de l'OCDE alors qu'ils figuraient aux dernières places au début de la période de référence.

D'un autre côté, des signes de nivellement des taux de scolarisation dans l'enseignement tertiaire apparaissent en Espagne et en France où les taux de scolarisation des 20-29 ans ont stagné entre 1995 et 2009 à respectivement 22% et 19% (contre 26% en moyenne dans l'OCDE en 2009).

www.oecd.org

[sommaire](#)

MEDIAS :

NRJ Group envisage de développer sensiblement le nombre de ses webradios d'ici à la fin de l'année



Kevin Benharrats, Président de NRJ Global et Directeur délégué de NRJ Group en charge du développement, a présenté la semaine dernière au marché publicitaire la rentrée du groupe NRJ, précisant à cette occasion que "le groupe mise sur la radio. Nos marques ont des positionnements particulièrement forts. Elles peuvent être déclinées avec succès".

Ainsi le groupe prévoit de porter à 120 le nombre de ses webradios à fin septembre et à 150 à la fin de l'année. "60% de l'écoute des web radios s'effectue sur mobile", précise Kevin Benharrats, "aussi allons-nous explorer de nouvelles pistes pour travailler sur la mesure d'audience".

Par ailleurs, le Président d'NRJ Group Jean-Paul

Beaudecroix a accordé un entretien à l'AFP dans lequel il affiche clairement son ambition de faire en sorte qu'NRJ redevienne la 1ère radio de France en audience, toutes tranches d'âge confondues, devant RTL. *"Maintenant, on a les meilleurs hits, quels que soient les genres. Nous équilibrons entre pop, rock, r'n'b, dance, variétés françaises et internationales. C'est ce qui fait que NRJ est aussi puissante : elle sert tous les appétits musicaux"*, explique-t-il, ajoutant que Fun Radio et Skyrock *"sont nos challengers, mais depuis des années elles rament derrière, très loin. On ne sait pas qui est vraiment le N°2 des musicales, une fois c'est l'une, une fois c'est l'autre"*.

Des propos qui ont froissé Jérôme Fouqueray, Directeur Général de Fun Radio, qui a répliqué par un communiqué de presse considérant que sa station *"devient chaque saison plus forte et se rapproche irrésistiblement de NRJ"* en s'appuyant notamment sur le fait que *"En 5 ans, Fun Radio a gagné plus d'un million d'auditeurs tandis que NRJ en a perdu 584.000 et vient de réaliser ses trois pires saisons historiques en termes d'audience depuis le passage aux 13 +"*.

www.nrjgroup.fr

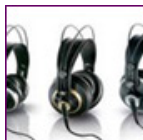
avec :

100% MEDIA

[sommaire](#)

MUSIQUE :

Le marché français de la musique enregistrée encore en baisse de -5,7% au premier semestre



Après avoir analysé l'évolution de la production musicale entre 2002 et 2010 (Actu15-25 N°45), le Syndicat National de l'Edition Phonographique (SNEP), a publié les résultats du marché au 1er semestre, comparés à la même période de l'année dernière.

Le marché physique de la musique enregistrée (CD...) fait apparaître à nouveau une baisse de -22% de son CA, à 173M€ ; parallèlement, le marché numérique augmente de +22,7% à 53M€. Au global, l'ensemble du marché baisse encore de -5,7% à 225M€.

En ce qui concerne les ventes numériques, les téléchargements sur internet progressent de +13% (+3,17M€) ; les ventes liées à la téléphonie mobile baissent de -20% (-1,7M€) ; le streaming financé par la publicité bondit de +45% (+2,1M€) ; de même que les revenus des abonnements en streaming avec une hausse de +103% (+6,2M€). Ceux-ci représentent désormais 23% des revenus numériques contre 14% au premier semestre 2010. La part de marché du numérique s'établit ainsi à 23,5% de l'ensemble du marché de la musique enregistrée, contre 18,1% au 1er semestre 2010. Et la progression des ventes numériques a compensé un peu moins de la moitié (42%) de la perte du marché physique.

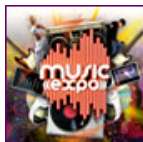
Le SNEP fait remarquer que c'est en France que la progression du marché numérique est la plus sensible, devant la Grande-Bretagne et l'Allemagne. En ce qui concerne les diffusions radio, étudiées par Yacast, le nombre total de diffusions musicales a progressé de +1,3%... et les Black Eyed Peas détrônent Lady Gaga en tant qu'artiste/groupe le plus diffusé.

www.disqueenfrance.com

[sommaire](#)

MUSIQUE :

Le grand public et les professionnels attendus à la seconde édition du salon-festival Musique Expo



La seconde édition du salon-festival Music Expo se tiendra les 1er et 2 octobre prochains à Paris Porte de Versailles avec pour mission de fédérer les amateurs de musique autour d'un événement culturel, interactif et festif.

Au programme : spectacles, concerts, castings, conférences, comédies musicales, démonstrations de produits innovants, nouveaux services et nouvelles technologies liées à la musique, ateliers de formation auprès de professionnels (auteurs, compositeurs, professeurs de chant, chorégraphes...), et séances de dédicaces avec des artistes comme Colonel Reyel, Quentin Mosimann, Joyce Jonathan, Tom Frager ou encore DJ Abdel.

Diverses conférences seront organisées, animées par les spécialistes du métier : artistes, directeurs de labels, représentants de marques, d'instituts culturels, notamment sur les thèmes "Musique et téléphonie mobile : une combinaison prometteuse", "La découverte d'artistes émergents via la télé-réalité : quel bilan tirer des dix années passées ?", "Associations entre musiques et marques : quel regard porter sur cette alliance de plus en plus répandue ?", "Hadopi, Internet, Carte Musique : quel avenir pour l'accès numérique et payant à la musique ?".

Parmi les principaux partenaires de l'événement, citons NRJ Hits, M6 Mobile, Soonnight.com, Fnac.com, NRJ, Wat.tv, Casting.fr, Digitik et Parisetudiant.com...

www.music-expo.com

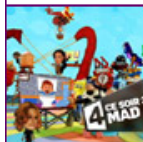
[sommaire](#)

MEDIAS :

France 4 recentre sa programmation sur les jeunes en se présentant comme "la plus généraliste des chaînes jeunes"



Emmanuelle Guilbart, Directrice de France 4, et Vincent Broussard, Directeur de l'antenne et des programmes, ont présenté la semaine dernière la rentrée des programmes de France 4 tout en se félicitant du fait que *"depuis début 2011, France 4 affiche la plus forte progression du paysage français"*.



La chaîne cible prioritairement les jeunes adultes : *"France 4 contribue déjà à 20% de l'audience 15-34 ans du groupe France Télévisions"*. Avec un budget annuel de 45M€, France 4 revendique *"être la première des chaînes de la TNT en termes d'investissement dans la création (en 2010) et être la plus généraliste des chaînes jeunes avec 7 genres de programmes à l'antenne"* : documentaires, magazines, spectacles, sport, cinéma, séries et animation. Le ton des divertissements de France 4 sera *"naturel, relax, à l'opposé du bling-bling et des paillettes des autres chaînes jeunes"*.

France 4 met à l'antenne cinq nouveaux magazines, et cinq nouveaux visages. François Pécheux présente un magazine d'actualité, *Une semaine d'enfer*, le mercredi à 22h40. Elodie Gossuin et Enora Malagré proposent *Ça va mieux en le disant*, magazine de coaching destiné aux jeunes (lundi 22h40). Le magazine documentaire *Tel quel...* approfondira des sujets de société le mercredi à 20h40 une fois par mois. Patrick Boisfer présentera des émissions exceptionnelles sur les métiers et projets professionnels : *Le job de mes rêves* et *Business Angels, 60 jours pour monter ma boîte*. Le mercredi à 13h30, Gaël Leforestier anime un nouveau magazine musical *Monte le son !*. Enfin, le Comité de la Claque propose *Le ciné du Comité*, l'histoire du cinéma revue et corrigée avec humour. France 4 n'oublie pas son ADN : la production et

diffusion de documentaires en prime-time. La soirée du mercredi accueillera de nouvelles séries du réel comme *A l'école des web-journalistes*, *A l'école du rugby*, *Homo et alors ?*, *Dans la peau d'un handicapé...*

Les événements sportifs de la chaîne seront la Coupe de la Ligue et la FA Cup anglaise (football), ainsi que la Coupe Davis, Roland-Garros, le Dakar, les JO 2012, en partenariat avec les autres antennes de France Télévisions... France 4 poursuit sa politique de concerts et spectacles vivants puisqu'elle sera présente notamment sur les festivals d'Avignon, des Francolies, des Solidays, de Montreux, et du Printemps de Bourges.

Côté séries, signalons le retour de *Sherlock* après le succès de la saison 1, l'intégrale de *Friends* et au moins six nouvelles séries d'animation.

La programmation cinéma mixe les blockbusters (*Nikita*, *Total Recall*, l'intégrale des *Rocky...*) et le cinéma indépendant (*Trainspotting*, *Les chansons d'amour...*).

Depuis le 19 septembre, France 4 s'est dotée d'un nouvel habillage qui "reflète l'esprit France 4 de cette rentrée 2011 : naturel, engagé et vivant" avec une palette de couleurs vives associée à la couleur prune historique de la chaîne.

www.france4.fr

Source :

100% MEDIA

[sommaire](#)

TELEX...TELEX...TELEX...



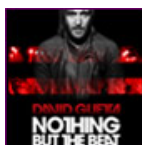
Converse étend ses gammes cet hiver en lançant des boots pour homme et femme.

Ces bottes d'extérieur renvoient aux origines du label : aujourd'hui détenu par Nike, il était autrefois une entreprise spécialisée dans les boots outdoor.

Converse complète cette offre hivernale par d'autres produits historiques : une botte inspirée d'un modèle créé pour l'Aviation Américaine de la 2ème Guerre Mondiale, une autre aux lignes solides et au style plus brut ou encore la 'Lady All Star' en daim et fourrure et la 'Lady Outsider' à l'esprit militaire vintage.

www.converse.fr

[sommaire](#)

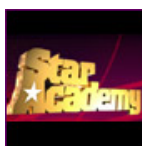


Le film *Nothing But The Beat* produit par la marque d'energy drink Burn du groupe Coca-Cola, suivant David Guetta dans sa vie de DJ international, a été projeté en avant-première à Paris ce week-end au Grand Rex, en présence de l'artiste.

Il n'est pas annoncé pour le moment de sortie en salles, mais David Guetta sera en tournée en France à partir du mois de mars prochain, avec notamment un concert à Bercy le 7 avril.

Parmi les stars internationales qui devraient se produire en France l'année prochaine, le magazine *Paris Match* a révélé que Lady Gaga aurait prévu un passage au Stade de France au cours de l'été et que Madonna devrait également occuper les lieux durant le mois de septembre 2012.

[sommaire](#)



TF1 travaillerait actuellement à la programmation d'une émission spéciale à l'occasion du 10ème anniversaire de la *Star Academy*, selon le magazine *Télé 7 Jours*.

Il s'agirait d'une émission unique en prime time réunissant les artistes qui ont marqué l'émission et permettant au public de se remémorer les grands

moments du programme produit par Endemol. L'information n'a pas été confirmée par la chaîne... ni par les anciens élèves.

Rappelons que TF1 prépare actuellement un nouveau "talent show" qui devrait arriver sur son antenne début 2012 : l'adaptation du programme *The Voice of...* par la société de production Shine France (Actu15-25 N°32).

[sommaire](#)

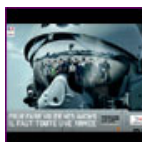


Selon la presse spécialisée américaine, le roman *The Carrie Diaries* de Candace Bushnell, qui n'est autre que le journal des jeunes années de l'héroïne de la série *Sex and the City*, sera adapté en série TV pour la chaîne de télévision américaine The CW.

Publié en France dans la collection Wiz d'Albin Michel sous le titre *Le Journal de Carrie*, le livre raconte la jeunesse de Carrie Bradshaw durant ses dernières années de lycée. Signe de l'importance de l'adaptation télévisée, ce sont les producteurs de la série *Gossip Girl* qui sont à l'origine du projet destiné à la chaîne codétenue par Warner et CBS dédiée aux femmes de 18-34 ans.

Notons par ailleurs qu'un nouveau projet de série sur le modèle de la série culte des années 90 *Friends* est actuellement porté notamment par l'actrice Courtney Cox qui tenait l'un des principaux rôles de la série.

[sommaire](#)



Le 18 septembre, l'armée de l'air a lancé une campagne de communication nationale pour recruter 2.000 jeunes par an. Destinée au grand public, cette campagne est diffusée sur plusieurs canaux : télévision, cinéma, affichage et Internet.

C'est Euro RSCG C&O qui a eu la charge de donner une image réaliste de l'armée de l'air et valoriser une cinquantaine de métiers accessibles à partir de niveau d'études variés. Au même moment, l'armée de l'air présente son nouveau site Internet Air-touteunearmee.fr afin de postuler en ligne.

www.air-touteunearmee.fr

[sommaire](#)



Le 29 septembre prochain est un rendez-vous important pour les fans de jeux vidéo de simulation de football puisque sortiront en même temps les nouvelles versions des deux "blockbusters" du genre : *FIFA 2012* de Electronic Arts, et *Pro Evolution Soccer 2012* de Konami.

Les deux titres qui figurent chaque année parmi les plus importantes ventes de jeux vidéo sont portés chacun à la même période par une importante campagne de communication... même s'il est difficile de convaincre un fan de l'un des jeux de se laisser tenter par l'autre.

www.ea.com/fr/football/

www.konami.com/games/pes2012

[sommaire](#)



Letudiant.fr avec leexpress.fr, France Inter, Jets d'encre et Animafac ouvre le blog *2012 est à vous ! Les jeunes bloguent la Présidentielle* afin

de donner la parole aux lycéens et étudiants sur l'élection. Ce blog a pour vocation d'être le premier espace d'échanges des jeunes sur les enjeux de la présidentielle 2012. Ils y sont invités à proposer des analyses, des éditos, des reportages ou des interviews sous forme de textes, de photos, de dessins de presse ou de vidéos, tous ouverts à

commentaires.
blog.letudiant.fr/les-jeunes-bloquent-la-presidentielle-2012/sommaire



Après Les Dix Commandements, Le Roi Soleil et Mozart l'opéra Rock, les producteurs Dove Attia et Albert Cohen ont lancé sur internet le casting de leur nouvelle comédie musicale 1789 - Les Amants de la Bastille, dont les représentations débiteront au Palais des Sports de Paris en septembre 2012.

Une chaîne dédiée au casting a été créée sur Youtube où les candidats peuvent envoyer leurs vidéos. Un système de vote des internautes est mis en place jusqu'au 10 octobre prochain et les 25 candidats élus seront auditionnés pour obtenir peut-être un rôle dans le spectacle.

www.youtube.com/1789

[sommaire](#)

LICENCES ET PRODUITS DÉRIVÉS

L'actualité du marché des licences et produits dérivés de l'univers des jeunes



BEBOY (Droits gérés par 2-Dream)

L'agence 2-Dream Licensing prend en charge la gestion des droits dérivés de la marque de peluches BeBoy au niveau européen.

Les peluches à l'image du lapin "chic et trendy", lancées en 2007 et destinées aux adolescentes et jeunes adultes, se sont déjà vendues à plus de 1,5 million d'exemplaires en France, Allemagne, Italie et dans les pays scandinaves, selon l'agence qui souhaite conclure des partenariats particulièrement avec des spécialistes de l'habillement, des accessoires, de la papeterie, de la bagagerie, et du secteur santé/beauté.

www.beboy.eu

[sommaire](#)

CARRIERES

La vie des acteurs du marché des produits et services dédiés aux 15-25 ans



SONY MUSIC

Michael Wijnen rejoint Sony Music, prenant la direction du Label Columbia. Auparavant, il a notamment été producteur chez Radio France, Directeur Marketing des Labels Islands, A&M et Barclay Records chez Polygram, et Directeur Marketing Artistique et Développement à la FNAC. En 1992, il avait rejoint Warner Music France en tant que Directeur du Label East West pendant plus de dix ans. En 2007, il rejoignait EuropaCorp en tant que Directeur de la division Music et Edition.

Christian Menez est pour sa part nommé Directeur Marketing Services de Sony Music. De 1998 à 2002, il travaillait au sein du département marketing international de Warner ; il a également coordonné les Evénements Presse et Relations Artistes pour Reed Midem lors de l'édition 2003 du Midem avant de rejoindre Sony Music, la même année, en qualité de Chef de projet au sein du Label Jive Epic. Il a évolué en 2007 comme Responsable marketing digital et international. A l'occasion de cette nomination, l'Atelier, cellule de création "image", rejoint le département Marketing Services.

Guillaume Quelet est quant à lui nommé Directeur Business Développement Digital et rejoint le Département Commercial dirigé par Laurent

Chapeau, à qui il reportera directement. Il a commencé sa carrière chez V2 Music France comme Business Affairs puis a évolué en tant que Digital Manager, en charge du développement des activités numériques. En 2007, il a rejoint Warner Music France comme Directeur du développement digital et de la stratégie Consumer.

www.sonymusic.fr

[sommaire](#)



SYNDICAT DES EDITEURS DE LOGICIELS DE LOISIRS (SELL)

James Rebours, Directeur Général de SEGA France et Allemagne, a été élu Président du SELL pour un mandat de deux ans.

il sera ainsi chargé d'orchestrer l'action du SELL avec pour objectif de renforcer les relations avec les pouvoirs publics ; de consolider la représentation de la profession auprès des partenaires, des consommateurs et des médias, notamment à travers l'organisation de salons (IDEF, Paris Games Week) ; de contribuer à l'attractivité du marché avec le développement d'outils métiers (information marché, Ressources Humaines, juridique...) ; et de mener une réflexion collective sur les grands enjeux économiques de la société numérique avec d'autres acteurs du marché.

Le SELL représente au plan national les éditeurs de jeux vidéo et de logiciels de loisirs, c'est-à-dire les logiciels grand public qui ne sont pas destinés au travail de bureau dans les entreprises. Il compte 31 membres représentant plus de 95% du CA du secteur français des jeux vidéo qui a atteint 3Mds€ en 2010 et dépasse donc en valeur le marché de la vidéo et de la musique.

www.sell.fr

[sommaire](#)

CHIFFRES

Les effectifs étudiants à la rentrée 2011



2.360.000 étudiants sont attendus en cette rentrée 2011 dans l'enseignement supérieur en France métropolitaine et dans les DOM, en augmentation de 1,7 % par rapport à 2010, selon le Ministère, dont :

- 1.396.600 étudiants dans les universités et établissements assimilés (hors IUT) soit une hausse de 32.000 étudiants (+2,4%)
- 115.500 étudiants en IUT, soit une légère baisse de -0,8% par rapport à 2010
- 79.000 étudiants en classes préparatoires, soit une baisse de -1,1% par rapport à 2010
- 256.300 étudiants en sections de techniciens supérieurs (préparation de BTS), soit une augmentation des effectifs de +1,7% par rapport à 2010
- 511.800 étudiants environ dans les autres établissements publics ou privés (écoles d'ingénieurs non universitaires, écoles de commerce, paramédicales ou sociales, d'art, d'architecture).

Selon l'estimation provisoire du baccalauréat de la session de juin 2011, 566.000 bacheliers auraient été reçus cette année, ce qui représenterait une hausse de 36.000 reçus, soit +6,8%.

Source : Ministère de l'Enseignement supérieur

[sommaire](#)

RADIO

Une sélection des stations de radio dédiées particulièrement aux 15-25 ans



Un panorama des principales stations de radio françaises s'adressant particulièrement aux 15-25 ans.

Positionnement, éditeur, régie publicitaire...

[Cliquez ici](#) (réservé aux abonnés)

[sommaire](#)

TELEVISION

Le panorama des chaînes proposant des programmes dédiés particulièrement aux 15-25 ans



Un aperçu des chaînes de télévision diffusées en France s'adressant particulièrement aux 15-25 ans.

Cible, positionnement, programmes phares, régie publicitaire...

[Cliquez ici](#) (réservé aux abonnés)

[sommaire](#)

AUDIENCES

Chaque mois, le palmarès des programmes TV réunissant le plus de 15-24 ans sur la TNT, selon Médiamétrie



Le classement, établi par Médiamétrie, présentant le Top 3 des programmes ayant réuni le plus grand nombre d'individus de 15-24 ans en France sur une sélection de grandes chaînes nationales et de la TNT : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5,

M6, W9, TMC, France 4 et Gulli.

[Cliquez ici](#)

[sommaire](#)

LES FILMS DE L'ANNÉE

Les films sortis au cinéma au cours de l'année ciblant particulièrement les 15-25 ans



Une sélection des films sortis en salles en France depuis un an ciblant plus précisément le public des adolescents et jeunes adultes.

[Cliquez ici](#) (réservé aux abonnés)

[sommaire](#)

LE PALMARES DES VENTES DE MUSIQUE

Le classement des ventes de CD et des téléchargements de musique en France avec Chartsinfrance.net



Les classements officiels du Syndicat National de l'Édition Phonographique (SNEP), mis à jour chaque semaine, des ventes de CD et des téléchargements de musique en France :

- Le classement des ventes d'albums en France :

[Cliquez ici](#)

- Le classement des ventes de singles en France :

[Cliquez ici](#)

- Le classement des ventes d'albums téléchargés en France : [Cliquez ici](#)

- Le classement des ventes de titres téléchargés en France : [Cliquez ici](#)

Classements SNEP établi par IFOP/GFK Music, présentés par :



[sommaire](#)

SANTÉ

Une analyse de la corpulence des jeunes en France



Les résultats de la campagne nationale de mensurations 2006 concernant l'Indice de masse corporelle (IMC) des 15-25 ans, comparé à celui de l'ensemble de la population âgée de 15 ans et plus.

[Cliquez ici](#)

[sommaire](#)

CALENDRIER SCOLAIRE

Le calendrier scolaire de l'Éducation nationale



Consultez le calendrier officiel des vacances scolaires de l'Education nationale, par zone ou par département :

[Cliquez ici](#)
sommaire

CHIFFRES CLÉS

Les chiffres clés de l'univers des 15-25 ans

1635481
4875254
5415763
2359846

Les principaux chiffres actualisés de l'univers des 15-25 ans en France et en Europe, classés par thèmes :

Population, Famille, Education, Loisirs...

[Cliquez ici](#) (réservé aux abonnés)
sommaire

DÉCOUVREZ ACTUKids



Découvrez ActuKids.com, la lettre de veille professionnelle de l'univers de l'enfant (3-14 ans) et de la famille, conçue sur le même principe qu'Actu15-25.com, en version quotidienne ou mensuelle.

Essayez gratuitement ActuKids et profitez de nos tarifs d'abonnement avantageux réservés aux abonnés au service Actu15-25 !

Web : www.actukids.com
sommaire

DEVENEZ FAN DE ACTU15-25 SUR



Actu15-25 est déjà présent sur Facebook. Devenez fan de la page Actu15-25 et restez informés de l'actualité d'Actu15-25 !

Pour rejoindre Actu15-25 sur Facebook :
[Cliquez ici](#)
sommaire

L'AGENDA

L'agenda Actu15-25 des professionnels de l'univers des jeunes



Retrouvez l'agenda des salons du marché, des sorties en salles, des rendez-vous importants...

Profitez de la recherche rapide par catégorie d'événement !

[Cliquez ici](#) (réservé aux abonnés)
sommaire

ARCHIVES

Tous les articles des précédents numéros d'Actu15-25



Retrouvez toutes les archives d'Actu15-25.

[Cliquez ici](#) (réservé aux abonnés)

Un problème pour consulter nos archives ?

Contactez-nous : contact@actu15-25.com
sommaire

ACTU15-25

Bien plus qu'un journal, le service de veille de l'univers des jeunes pour les professionnels

[Accueil](#) - [Abonnement](#) - [Publicité](#) - [Contacts](#) - [Partenaires](#)

Si vous ne souhaitez plus recevoir la lettre Actu15-25, envoyez un e-mail à contact@actu15-25.com

Mentions légales :

Actu15-25 est une publication de GLSJ Communication, Sarl au capital de 7.500€.

RCS : 451 438 576

N° de CPPAP : 1212 W 90642

Siège social : 51, bd de Rochechouart 75009 Paris - France - Tel :
+33.1.42.60.55.20

Directeur de la Publication : Grégoire de Lastic

Actu15-25 est techniquement gérée et hébergée par l'agence informatique Jiga Sarl
17, rue des Martyrs 75009 Paris - France - Tel : +33.1.53.20.67.05

© GLSJ Communication. Reproduction interdite.