



MARATHONS CARITATIFS EN LIGNE
quand l'engagement des jeunes se (re)joue.



p.03 Introduction

p.04 Vocabulaire – Glossaire

p.05 Que sont ces nouveaux évènements ?

Fiche d'identité

ZEvent

Stream For Humanity

CAP48 Heures (RTBF iXPé)

p.07 Les mécaniques des événements caritatifs en streaming

1. Les donations goals
2. Les défis et animations interactives
3. La mécanique des moments de « rush »
4. Les profils des streamers et stameuses
5. La notion de distancielle
6. La présence physique : plateaux, rencontres et matchs caritatifs

p.11 Pourquoi cela fonctionne ?

1. Des événements avec les codes jeunes
2. Objectif : casser les stéréotypes autour des streamers
3. Une jeunesse en quête d'un nouvel engagement

p.14 Les zones d'ombre de ces événements

1. Le sujet de la politique au sein de ces événements

- 1.1 *Le survolage des causes humanitaires*
- 1.2 *Le positionnement politique de l'évènement, des associations et des streamers.euse.*
- 1.3 *Récupération politique de l'évènement*

2. Quand le divertissement passe au-dessus de la cause humanitaire

- 2.1 *Donations goals : je te donne pour que tu me divertisses*
- 2.2 *Qui récoltera le plus ?*
- 2.3 *Des messages de préventions inexistant sur les dons*
- 2.4 *Un miroir des dérives du web : sexism, haine en ligne et discours extrêmes*

3. Et après l'évènement : un engagement éphémère ?

p.25 Conclusion

p.26 Ressources

p.27 Activité débat

INTRODUCTION

L'engagement numérique des jeunes à travers les marathons caritatifs : entre solidarité, émotion et influence

En janvier 2025, l'événement Stream For Humanity, organisé par le vidéaste web Mohamed Amine Mahmoud, plus connu sous le pseudonyme AmineMaTue, a bousculé le paysage numérique en France. Cet événement a rassemblé plus de 600 000 viewer.euse simultanés et permis de récolter près de 3,5 millions d'euros au profit de Médecins Sans Frontières (MSF).

Quelques mois plus tard, en septembre 2025, c'est au tour du ZEvent, organisé par l'entrepreneur et vidéaste Adrien Nougaret, plus connu sous le nom de Zerator, de marquer les esprits. L'événement a rassemblé plusieurs centaines de milliers de viewer.euse et permis de collecter la somme record de plus de 16 millions d'euros, confirmant le potentiel massif de mobilisation des communautés en ligne.

En octobre 2025, cette dynamique se poursuit en Belgique avec la quatrième édition de CAP48heures, organisée par la RTBF XP, qui a permis de récolter plus de 150 000€ pour l'opération de solidarité Cap48.

Enfin dernièrement, en novembre 2025, la deuxième édition de Stream For Humanity a récolté la nouvelle de 1 612 033,47 €, confirmant le potentiel gagnant de la force de mobilisation sur internet.

Derrière ces réussites caritatives considérées comme hors norme, en dehors des cadres conventionnelles d'un marathon caritatif, un phénomène plus profond se dessine: ces événements révèlent une transformation de l'engagement de communautés, souvent composées de jeunes, envers les causes humanitaires.

L'organisation de ces événements caritatifs, dont l'objectif est de collecter le maximum de dons en quelques jours, s'accompagne d'un message clair et simple de la part des organisatrices et des streamers.euses :

« Ce que l'on veut, c'est agir pour la bonne cause. Et nous voulons le faire à notre manière, selon nos propres codes, en apportant notre pierre à l'édifice. »

Ce propos ci-dessus est un propos affirmé à plusieurs reprises par AmineMaTue, en direct sur son compte Twitch lors de l'annonce de la toute première édition de Stream For Humanity en janvier 2025.

Ces événements sont aussi les héritiers contemporains des mobilisations caritatives audiovisuelles des décennies précédentes (et encore présente aujourd'hui), où les personnalités du divertissement et de la musique étaient les figures centrales, comme avec le Téléthon en France ou chez nous en Belgique avec Viva For Life.

Aujourd'hui, déclinées et gérée par des communautés bien ancrées dans l'espace numérique, ces mobilisations mêlent solidarité, divertissement, émotion et parfois même politique, en soutenant des causes actuelles telles que la famine, les guerres civiles ou les crises humanitaires. Mais si ces événements sont exceptionnels par leur ampleur et leur efficacité financière, ils soulèvent également de nombreuses questions.

Ce document propose ainsi une analyse critique de ce nouveau mode d'engagement des jeunes sur les réseaux sociaux, dans un contexte où se mêlent désinformation, influence et recherche de sens, sur fond de solidarité et de performance. Nous vous proposons en fin de document une fiche d'activité de questions à débattre, à utiliser dans vos groupes de jeunes, afin de prolonger la réflexion et de stimuler un engagement réfléchi et critique.

VOCABULAIRE – GLOSSAIRE

Twitch

Plateforme de streaming en direct axée sur l’interaction en temps réel. Initialement centrée sur le jeu vidéo, elle accueille aujourd’hui des contenus variés : discussions, musique, création artistique, événements et activismes en ligne.

Streaming

Mode de diffusion qui permet de regarder ou d’écouter un contenu (vidéo, audio, live) en continu sans devoir le télécharger entièrement. Le streaming repose sur une transmission en temps réelle ou quasi instantanée, rendant possible le visionnage de films, l’écoute de musique, ou encore la participation à des diffusions en direct sur des plateformes comme Twitch ou YouTube.

Viewer.euse

Personne qui regarde un live ou une vidéo en différé sur une plateforme de diffusion. Les viewers.euses peuvent interagir via le chat, soutenir financièrement un.e créateur.trice ou participer à une communauté en ligne.

Influenceur.euse

Créateur.trice de contenu qui dispose d’une communauté engagée et dont les recommandations, prises de position ou modes de vie peuvent influencer les comportements, opinions ou achats d’une partie de son audience.

Créateur.trice de contenu

Personne qui produit, diffuse et gère du contenu numérique (vidéos, photos, articles, livestreams). Son activité peut inclure la création artistique, l’information, le divertissement ou l’éducation, souvent dans une logique de communauté et de visibilité.

Streamer.euse

Créateur.trice de contenu spécialisé.e dans la diffusion en direct. Il.elle interagit avec son public en temps réel, anime des sessions de jeu, de discussion ou d’activités créatives, et développe souvent une communauté fidèle autour de ces rendez-vous live.

Tchat

Espace d’échange écrit en temps réel sur une plateforme en ligne. Le tchat permet aux utilisateur.rice.s de discuter, réagir à un contenu, poser des questions ou interagir avec un.e créateur.trice pendant une diffusion en direct. Sur les plateformes de streaming, il constitue un outil central pour créer une communauté et favoriser l’interactivité.

QUE SONT CES NOUVEAUX ÉVÈNEMENTS ?



ZEvent

Créé en 2016 sous le nom « Projet Avengers », le ZEvent est un marathon caritatif en ligne, principalement diffusé sur Twitch, combinant streaming, jeux vidéo, animations et défis interactifs. L'événement se déroule généralement sur un week-end de 50 à 55 heures et est organisé depuis Montpellier par Adrien « ZeratoR » Nougaret et Alexandre « Dach » Dachary.

L'objectif est de mobiliser une communauté de streamers.euses et de viewer.euse pour récolter des fonds au profit d'associations caritatives via des animations interactives par le mécanisme des donations goals et la vente de merchandising.

Depuis sa première édition, le ZEvent a connu une progression spectaculaire : de 1 094 000 € récoltés pour Médecins Sans Frontières en 2018, à un record historique de 16 179 096 € en 2025, pour un total cumulé de plus de 41 millions d'euros depuis la création de l'évènement.



Stream For Humanity

Stream For Humanity est un nouveau marathon caritatif en ligne lancé par le créateur de contenu AmineMaTue.

La première grande édition, en janvier 2025, a réuni une trentaine de streamers.euses francophones, dont des figures populaires comme Squeezie, Inoxtag ou encore Maghla, pour soutenir des populations touchées par des crises humanitaires dans des pays tels que la Palestine, la République Démocratique du Congo, le Soudan et le Liban.

L'événement combine le streaming en direct, des défis interactifs et un événement de clôture hors ligne (match caritatif au Stade Jean Bouin à Paris). Cette première édition a permis de collecter 3 480 487 €. En novembre 2025, la deuxième édition a récolté le montant de 1 612 033,47 €.



CAP48 Heures (RTBF iXPé)

Les deux évènements présentés précédemment appartiennent principalement à la France. Mais en Belgique, ce format réalise son bout de chemin avec CAP48 Heures, un marathon caritatif organisé par la RTBF via sa branche RTBF iXPé.

Depuis 2022, l'événement combine streaming en direct sur Twitch et événement physique, généralement à Liège, pour soutenir la jeunesse en difficulté, les personnes en situation de handicap et l'insertion sociale. Chaque édition mobilise entre 18 et 40 créateurs.trices de contenu belge et français, et se conclut par une soirée de clôture médiatique.

L'édition d'octobre 2025 a permis de collecter la somme record de 152 069€ contre plus de 90 000€ en 2024.

Ces trois initiatives partagent plusieurs points communs :

- elles se déroulent sur internet, plus particulièrement sur la plateforme Twitch ;
- elles sont organisées principalement par des streamers et stameuses, des personnalités publiques reconnues pour leurs lives autour des jeux vidéo, du divertissement ou de l'actualité ;
- Ces streamers.euses sont fortement suivis par communauté composée de jeunes (principalement âgés entre 16-35 ans, voir moins de 16 ans) et font partie du panel de personnalités publiques intégrées au quotidien de cette audience.

Ensemble, ces évènements visent à transformer le divertissement en levier de solidarité et d'engagement citoyen et ainsi témoignent de la manière dont les jeunes s'approprient les plateformes numériques pour agir collectivement, tout en redéfinissant les codes du militantisme et de la mobilisation.

LES MÉCANIQUES DES ÉVÉNEMENTS CARITATIFS EN STREAMING

Ces événements se reposent sur un ensemble de mécaniques qui combinent solidarité, divertissement et engagement communautaire. Ces dispositifs permettent de transformer un simple visionnage en un acte participatif, où chaque viewers.euses devient acteur.trice de l'événement.

1. Les donations goals

Au cœur de ces marathons caritatifs se trouvent les donations goals. Ils représentent les objectifs financiers successifs fixés à l'avance ou en cours de live par les streamers.euses : à chaque palier atteint, le ou la streamer.euse s'engage à réaliser une action spécifique, généralement divertissante, exceptionnelle ou symbolique.

Inspiré du jeu vidéo (débloquer des «niveaux», «récompenses», «events spéciaux»), ce mécanisme de donation a plusieurs effets : il incite les dons, crée du suspense, un effet d'escalade et du spectacle, et transforme chaque contribution en un acte visible et mesurable.

Les donations goals sont donc à la fois le levier de collecte et l'outil de gamification qui renforce l'interaction entre les

streamers.euses et leur communauté pendant l'événement, voir pour certains cas après l'événement.

2. Les défis et animations interactives

Les défis et animations interactives constituent un moteur essentiel d'engagement, en combinant à la fois les actions déclenchées par les donations goals et les animations supplémentaires qui rythment les lives. Les défis liés aux paliers financiers fonctionnent selon une mécanique simple : chaque objectif atteint débloque une action spécifique, qu'il s'agisse d'un défi humoristique, physique, créatif ou d'une collaboration entre streamers.

Réalisés en direct ou en parallèle des sessions principales, ces défis créent une dynamique ascendante où la communauté se mobilise collectivement pour atteindre les paliers et « débloquer » des contenus toujours plus surprenants.

À côté de ces actions, de nombreuses animations non liées aux dons viennent renforcer l'énergie du live : tournois, compétitions, quiz interactifs, talks improvisés, matchs caritatifs, happenings, scènes de vie partagées ou défis spontanés proposés par le



© Donation Goals Zerator / ZEvent 2025



© Donation Goals Tatiana / Stream For Humanity

tchat. Ces activités, indépendantes des paliers, permettent de maintenir un rythme constant, d'éviter les temps morts et d'entretenir l'atmosphère conviviale et collective qui caractérise ces événements.

L'ensemble de ces contenus, qu'ils soient programmés ou improvisés, reposent sur l'implication active des viewer.euses: votes en direct, réactions instantanées sur le tchat, influence sur le déroulement des défis ou participation à des choix collectifs.

Cette dimension participative transforme les viewer.euses en véritables acteurs et actrices de l'évènement, renforçant leur sentiment d'appartenance à une communauté soudée autour d'un objectif commun.

L'objectif de ces animations est double: maintenir un haut niveau d'attention sur la durée, parfois plusieurs dizaines d'heures, et générer des émotions fortes (enthousiasme, surprise, empathie) qui nourrissent la mobilisation solidaire.

En combinant divertissement, interaction et engagement collectif, ces événements parviennent ainsi à créer une expérience immersive qui lie étroitement les communautés aux causes défendues, tout en dynamisant les collectes de dons.

3. La mécanique des moments de «rush»

« *Petit don par petit don !!! On va y arriver !!!!* »
 « *Dans 250 euros, c'est terminé! On va atteindre le palier !!!!* »
 « *Montrez qui vous êtes ! Montrez que vous êtes là !* »

Les moments de «rushs» désignent des périodes très courtes mais extrêmement intenses durant lesquelles les dons affluent de manière spectaculaire. Ils constituent l'un des moteurs essentiels de la dynamique de collecte.

Un rush se déclenche généralement lorsqu'un.e streamer.euse lance un appel fort à la mobilisation, lorsqu'un donation goal très attendu approche, ou lorsqu'un moment collectif, défi, annonce spéciale, intervention d'un.e invité.e, provoque une montée soudaine de tension et d'enthousiasme.

Dans ces instants, l'émotion prime : la communauté ressent intuitivement qu'un

moment important est en train de se jouer et s'active massivement pour y participer.

La mécanique repose sur un effet d'entraînement puissant : voir les dons s'enchaîner à l'écran encourage les viewers.euses à donner à leur tour, afin de contribuer à l'effort collectif ou simplement pour ne pas «manquer» un moment vécu par la communauté.

Le tchat s'emballe, les messages se multiplient, et l'ambiance crée un sentiment d'urgence qui pousse à l'action immédiate. Le compteur visible en temps réel, qui grimpe à vue d'œil, agit comme un catalyseur émotionnel : il rend l'impact de chaque contribution instantanément perceptible et transforme la collecte en performance collective.

Ces rushs sont souvent liés à la promesse d'une récompense : un défi particulier sur le point d'être débloqué, une performance attendue, un moment exclusif. La proximité du palier crée une dynamique de «juste un effort de plus» qui intensifie les dons dans un laps de temps très court. Temporellement, ces moments surviennent souvent lors du lancement de l'évènement, aux heures de forte audience, ou dans les dernières heures du marathon, où l'énergie collective se concentre pour «finir en beauté».

4. Les profils des streamers et stameuses

Les streamer.euses, créateurs.trices de contenu, influenceurs.euses et vidéastes occupent des rôles variés, allant du streaming en direct au journalisme, du gaming à la production de vidéos scénarisées.

Malgré des profils professionnels différents, ils et elles partagent un même point commun : incarner une nouvelle forme de leadership moral fondé sur la proximité, l'authenticité et la confiance affective que leur accorde un public majoritairement jeune. Leur influence repose moins sur une autorité institutionnelle que sur leur capacité à créer un lien fort avec leurs communautés.

Tous mobilisent leurs communautés au-delà du divertissement, transformant la consommation de contenus en participation collective à des actions solidaires. Ainsi, malgré la diversité de leurs pratiques, ces personnalités partagent une même capacité : fédérer des jeunes autour d'initiatives caritatives et contribuer à rendre la solidarité plus visible, plus accessible et plus participative sur internet.

5. La notion de distancielle

À côté des formats centralisés réunissant les créateurs dans un même lieu, plusieurs marathons comme le ZEvent proposent à des streamers et stameuses de participer à distance, depuis leur domicile, tout en étant pleinement intégrés à la dynamique collective du live.

Ce modèle apporte une souplesse organisationnelle essentielle. Il permet l'implication de streamers.euses qui, pour des raisons logistiques, professionnelles, personnelles ou de santé, ne peuvent se déplacer physiquement.

Cette modalité élargit ainsi la participation à des profils plus diversifiés et rend l'évènement plus inclusif. Participer depuis son environnement habituel offre également aux streamers.euses un cadre technique maîtrisé, cohérent avec leur identité numérique et avec les attentes de leur communauté.

Le distanciel facilite aussi une plus grande variété de contenus : gaming en solo, discussions thématiques, analyses, performances créatives ou défis spécifiques adaptés à chaque chaîne.

Les viewer.euses retrouvent des formats familiers tout en s'inscrivant dans un projet solidaire plus large. Ce modèle hybride, entre présence collective et participation décentralisée, démontre que l'engagement numérique peut être pluriel: incarné ou connecté, sans hiérarchie de légitimité entre les deux. Il valorise la participation dans toutes ses formes et montre que la mobilisation en ligne peut s'adapter aux réalités individuelles.

6. La présence physique : plateaux, rencontres et matchs caritatifs

En parallèle du distanciel, de plus en plus d'évènements caritatifs numériques intègrent une dimension physique afin de renforcer leur impact symbolique, médiatique et collectif.

Cette approche prend la forme de plateaux en présentiel, de rencontres entre créateurs.trices et, plus récemment, de matchs caritatifs, véritables temps forts mêlant spectacle, cohésion et visibilité publique.

Dans le cas de Stream For Humanity, l'évènement se clôture par un match de football au Stade Jean Bouin, réunissant streamers.euses, personnalités du web et

parfois sportifs professionnels.

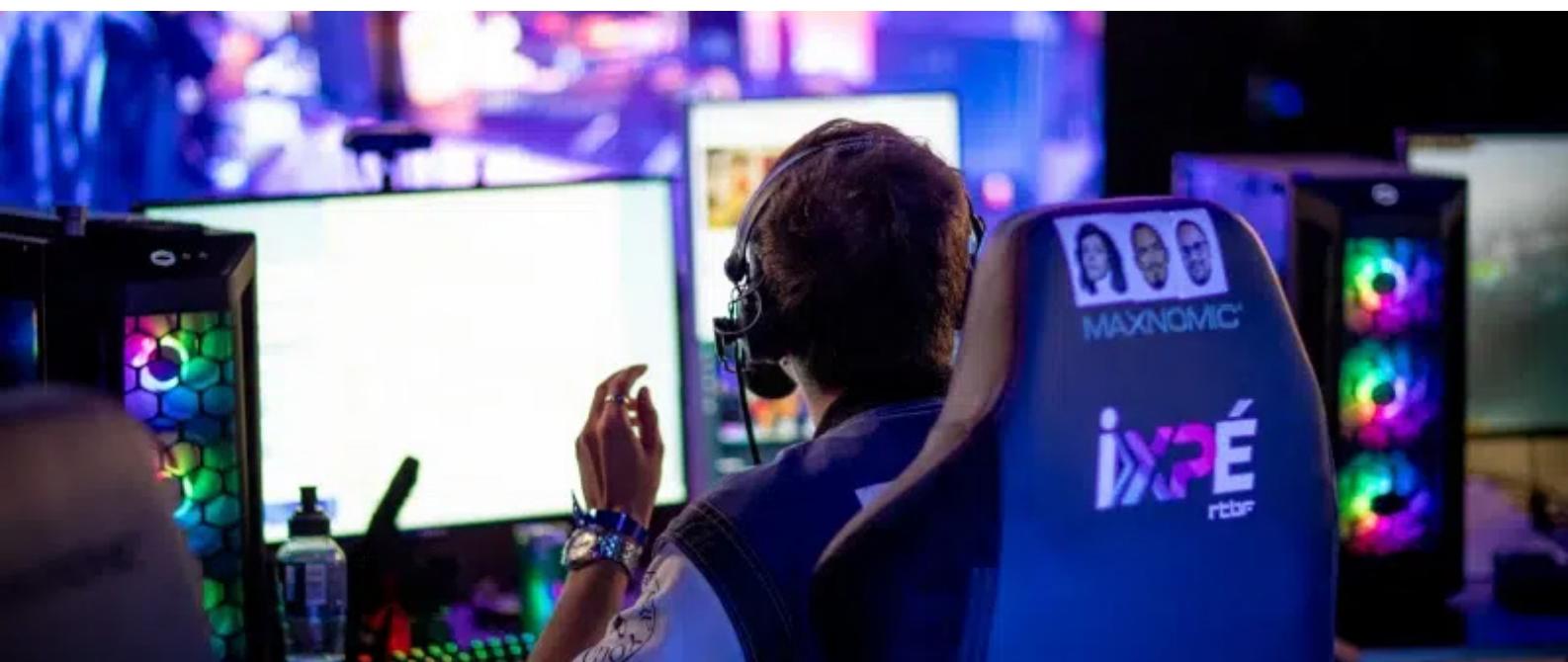
Ce moment, ouvert au public, crée une ambiance festive et rassembleuse qui dépasse le cadre strict du streaming.

La captation sur place, les réactions en direct et le cadre scénique offrent une mise en valeur médiatique qui renforce la portée de l'événement. Ce passage «du virtuel au réel» crée un pont entre les communautés en ligne et un espace public partagé, donnant une dimension concrète à l'engagement.

© Match de football / Stream For Humanity



POURQUOI CELA FONCTIONNE ?



© CAP 48heures / RTBF IXPÉ

Ces événements caritatifs rencontrent un succès particulier auprès des jeunes, bien au-delà de la simple collecte de dons. Comme mentionné précédemment, leur efficacité repose sur une combinaison de divertissement, interaction communautaire et engagement émotionnel, qui transforme le viewer.euse passif.ve en acteur.trice actif.ve. Dans les sections suivantes, nous analysons quelques principaux facteurs qui expliquent cet attrait auprès de différentes jeunesse.

1. Des événements avec les codes jeunes

Le succès de ces événements repose sur une parfaite symbiose entre codes et valeurs avec les streamer.euses et leur communauté. En d'autres termes, la mobilisation et le succès reposent sur les codes et le langage de leur public.

En effet, ces marathons caritatifs se placent institutionnellement parlant dans un écosystème complet sur internet où les jeunes y retrouvent des repères :

- la connaissance de la plateforme Twitch;
- les codes d'interactions avec les streamer.euses (rire, humour, relation, références, expériences...);
- le langage utilisé;
- la dynamique d'animation;
- la dynamique de divertissement;
- etc

Mais également, Stream For Humanity, ZEvent ou Cap48 Heures s'appuie sur

les valeurs et les codes du secteur du jeu vidéo, puisqu'ils mobilisent des personnalités connues dans le milieu avec des codes qui leur sont propres comme :

- le challenge, la performance et la coopération ;
- la notion de victoire partagée entre streamer.euse et communauté ;
- la recherche d'un objectif collectif, comparable au déblocage de niveaux à travers les donations goals.

Comme expliqué dans le chapitre précédent, les donations goals traduisent également une gamification de l'événement : en reprenant les codes du jeu, ils rendent l'expérience de ces événements plus engageante et addictive. Les défis deviennent le cœur du spectacle.

Ainsi, le principe du jeu ne se limite plus à un simple espace de divertissement : il devient un outil de mobilisation sociale et solidaire.

Tout cet espace numérique permet également à ces figures publiques que sont les streamers.euses de ne pas se positionner comme des autorités, mais comme des pairs, des jeunes qui parlent à d'autres jeunes et qui les mobilisent.

Ils.elles deviennent presque des héros du numérique au pouvoir d'influence dit « positive ». Ce modèle et ce succès reposent également sur un principe de réciprocité: les créateurs favoris des jeunes s'investissent pour une cause, et leur public répond par des dons ou par un soutien symbolique. L'acte de donner devient alors un geste communautaire, une manière d'affirmer son appartenance à une communauté solidaire et active.

2. Objectif: casser les stéréotypes autour des streamers

Dans l'imaginaire collectif encore ancré en 2025, être streamer.euse signifie souvent « *jeune enfermer dans sa chambre, isolé, peu sociable, vivant dans un monde virtuel déconnecté du réel* ». Or, à travers des projets tels que ces marathons en ligne, ces mêmes streamers.euses prouvent tout le contraire :

- Ils.elles sont capables d'organiser des opérations massives, collectives et solidaires ;
- Ils.elles mobilisent des millions de personnes autour de valeurs humanitaires et citoyennes ;
- Ils.elles créent des espaces de lien social, à la fois numériques et physiques (matchs, lives publics, événements hybrides).

Ces initiatives montrent que l'espace numérique peut devenir un espace d'acte citoyen, et que par conséquent, la culture numérique n'est pas incompatible avec la solidarité. Les personnalités jouant aux jeux vidéo renversent l'image du joueur solitaire pour mettre en avant une jeunesse créative, connectée, entreprenante et engagée.

Le streaming devient alors un outil d'empowerment collectif, où les écrans ne sont plus subis, mais utilisés comme leviers d'action. Ce changement de regard contribue également à lutter contre la dévalorisation culturelle dont souffrent encore certaines pratiques numériques, notamment dans le monde éducatif ou institutionnel.

Bousculer les stéréotypes liés aux streamers.euses et redéfinir leur rôle à travers ces événements permet de contribuer à rendre de plus en plus légitime leur place dans la société.

3. Une jeunesse en quête d'un nouvel engagement

Ces marathons caritatifs émergent dans un contexte saturé d'images de guerre, de crises humanitaires et d'incertitudes politiques. Pour une partie de la jeunesse se considérant comme fatiguée par ce flux constant de « mauvaises nouvelles », le numérique est un véritable refuge.

Ces événements caritatifs arrivent également dans une ère où la dévalorisation d'une partie de la jeunesse est très souvent mise en avant par sa

© ZEvent 2024 / ZQSD Productions



passivité et son manque d'envie de s'engager dans des actions citoyennes. Dans ce climat où on continue de tenter de diviser la jeunesse plutôt que de la réunir, le ZEvent, Stream For Humanity et Cap48heures arrivent à point nommé.

Les jeunes veulent prouver qu'ils et elles ne sont pas apathiques : ils et elles souhaitent agir. Mais, cela se fera selon leurs propres codes (cfr point 1) et leur propre définition de l'engagement. La plateforme Twitch, sur laquelle sont diffusés ces événements, s'impose naturellement comme un espace d'expression privilégié pour cette génération.

Le numérique offre également un engagement accessible, à faible seuil d'entrée : un clic, un partage, un don d'un euro peuvent suffire à participer. Ce que certain.es qualifient de «slacktivisme» (un engagement perçu comme passif) peut aussi être interprété comme une porte d'entrée vers la citoyenneté numérique. Donner, commenter ou participer à un live solidaire devient acte fédérateur, renforçant le sentiment d'appartenance à une communauté engagée.



© CAP 48heures / RTBF IXp 



© Stream For Humanity 2025



© Infographie / ZEvent 2025

LES ZONES D'OMBRE DE CES ÉVÈNEMENTS

Derrière le succès de ces marathons caritatifs nouvelle génération se cachent malheureusement des zones d'ombre qui (re)mettent en lumière des problématiques bien connues d'internet: mal-information, récupération politique, course au buzz pour maximiser les dons, discours haineux,... Les médias traditionnels (presse, documentaires disponibles sur YouTube,...) ainsi que le grand public à travers la création de vidéos de réactions ou de critiques soulignent régulièrement ces enjeux et rappellent un point essentiel pour les jeunes : le manque d'esprit critique face à ces événements.

Les viewers.euses savent-ils réellement pourquoi ils et elles donnent leur argent ? Sont-ils correctement informé.e.s sur les causes humanitaires soutenues ? Ou s'agit-il avant tout de prouver leur soutien indéfectible à leurs streamers.euses préféré.e.s ? Pour documenter ce point, un membre de notre équipe apporte son éclairage à partir de son expérience personnelle, ayant suivi les trois éditions en tant que vieweuse.

1. Le sujet de la politique au sein de ces évènements

1.1 Le survolage des causes humanitaires

Pour analyser ce premier point, nous avons étudié les moyens de communication entourant ces marathons caritatifs. Les sites officiels constituent le premier espace d'information : ils permettent au public de connaître le thème de l'édition, les organisations bénéficiaires et les messages clés.

Ces contenus sont ensuite relayés sur Instagram via les comptes officiels, mais aussi lors des annonces diffusées en direct par les organisateur.trice.s plusieurs semaines avant l'évènement.

Lors du ZEvent de septembre 2025, la cause humanitaire était centrée sur la santé et les enfants malades, avec une collecte de fonds répartie entre cinq organisations :

- l'Association Française des Aidants, Helebor,

- La Ligue contre le cancer,
- Nightline,
- ainsi qu'un collectif d'associations de santé infantile réunissant L'Envol, Le Rire Médecin, Sourire à la Vie et Sparadrap.

Cependant, l'analyse des lives diffusés simultanément fait apparaître une réalité importante : le discours sur la cause humanitaire varie fortement d'un.e influenceur.euse à l'autre. Comme l'explique la personne de notre équipe :

« On sait que les streamers.euses reçoivent un briefing des organisateur.trice.s. Ils et elles savent ce qu'ils doivent rappeler : la cause soutenue, le sens de l'évènement, l'importance de chaque don, même modeste. Mais selon leur style d'animation, leur niveau de fatigue, surtout en fin de marathon, certains éléments peuvent être oubliés, voire complètement disparaître. Cela peut devenir problématique, car la performance domine souvent l'évènement, et il arrive que certain.e.s streamers.euses tiennent des propos hors sujet. »

© Site internet section « Les associations » / ZEvent 2025



Les associations Les clips



Les associations

Fondation de France

Association Française des Aidants

Helebor

La Ligue Contre le Cancer

Nightline

Pôle Enfance



Fondation de France

Site officiel

À QUOI VONT SERVIR VOS DONS

Cette année, on estime que 19 millions d'enfants souffriront de malnutrition sévère et deux tiers d'entre eux n'auront pas accès à un traitement. La malnutrition joue un rôle dans presque la moitié des décès des enfants de moins de cinq ans dans le monde. Leur système immunitaire devient en effet moins résistant

© Site internet section « Les associations » / Stream For Humanity 2025

Autrement dit, même si les dispositifs d'information existent, des manquements persistent. Et avec la viralité des réseaux sociaux, ces zones floues peuvent rapidement devenir des portes d'entrée vers la mal-information, la désinformation et, in fine, la propagation de fake news :

« Il suffit qu'un.e streamer.euse soit trop survolté.e ou trop fatigué.e pour qu'une information lui échappe. Sur internet, dès qu'une info passe au travers des mailles du filet, elle peut être récupérée et transformée. Et quand on sait que les partis d'extrême droite surveillent de très près ce type d'événement, les conséquences peuvent être lourdes. »

Les streamers.euses, malgré leurs bonnes intentions, ne sont ni journalistes ni expert.e.s des crises qu'ils ou elles évoquent. Lors de Stream For Humanity en novembre 2025, plusieurs spectateur.trice.s ont signalé par le biais de vidéos critiques post-événement que certaines informations partagées en direct étaient simplifiées, approximatives, voire inexactes, et qu'elles avaient circulé sans réelle vérification.

Plus largement, les causes humanitaires ou les réalités de terrain sont souvent abordées de manière superficielle, parfois même éludées. Comme le souligne encore notre membre interne :

« On se contente souvent d'une définition basique. Par exemple : «on est là pour lutter contre la faim dans le monde». Mais les réels enjeux géopolitiques, économiques ou sociaux qui alimentent ces crises ne sont pas abordés, et ce n'est pas le rôle des streamers.euses. Pourtant, ce serait une occasion unique de faire de

la vraie sensibilisation. De nombreuses opportunités sont manquées dans ces nouveaux formats, contrairement à d'autres événements caritatifs télévisés où des représentant.e.s d'associations étaient invité.e.s, où l'on présentait des chiffres ou des témoignages. »

Le ZEvent, organisé par ZeratoR, a d'ailleurs instauré une habitude devenue centrale : inviter les président.e.s (ou des représentants.es) des associations pour des interviews en direct sur sa chaîne. Cela permettait une forme d'institutionnalisation du discours et garantissait la fiabilité de l'information partagée. Mais c'était surtout un moyen de rassurer le public, de plus en plus en demande de transparence et de traçabilité concernant l'usage des dons.

Quels sont les risques pour les jeunes ?

Lorsque les causes ne sont évoquées qu'à travers des slogans simplifiés ou des descriptions très générales, les jeunes restent avec une vision partielle, parfois déformée, des enjeux humanitaires.

Ils et elles n'ont alors accès qu'à une explication superficielle, souvent centrée sur l'émotion et non sur la compréhension, ce qui limite leur capacité à analyser les crises dans toute leur complexité. Le risque principal est celui d'une mal-information, où une bonne intention mène paradoxalement à une mauvaise compréhension du réel.

Cette illusion d'agir peut freiner l'acquisition d'une véritable conscience citoyenne : le jeune se sent engagé, mais sans être accompagné dans la compréhension des enjeux.

L'absence de contextualisation peut aussi renforcer certains stéréotypes ou représentations biaisées des pays ou populations concernées, faute d'informations suffisantes pour en saisir la réalité.

1.2 Le positionnement politique de l'évènement, des associations et des streamers.euse.s

Cette prudence dans la communication et cette tendance à simplifier le message autour de l'idée rassurante «*Ce que l'on veut, c'est agir pour la bonne cause*» s'expliquent par la volonté d'éviter toute politisation de l'évènement et de préserver l'image des streamers.euses. Voici un exemple de discours relevé lors du Stream For Humanity de novembre 2025 :

«Je ne comprends pas comment on peut encore se taper dessus! En 2025, je ne comprends pas comment il y a des mecs qui ont le pouvoir qui peuvent encore se taper dessus. (...) mais au moins, si on peut aider des gens, c'est le principal. Donc merci d'être là les gars !» - Inoxtag »

Beaucoup de streamers.euses refusent d'aborder des sujets politiques dans leurs contenus, par crainte de créer des tensions au sein de leur communauté, d'alimenter des clivages ou d'ouvrir la porte à des récupérations politiques (cfr Point 1.3 Récupération politique de l'événement).

En adoptant ce discours, organisateur.trice.s et streamer.euse.s mobilisent le principe de neutralité. Pourtant, choisir une cause n'est jamais neutre : soutenir une thématique, une ONG ou un combat, c'est déjà exprimer un positionnement, parfois implicite, mais néanmoins réel. La neutralité affichée sert alors davantage de protection symbolique que de réalité factuelle.

Cette volonté de neutralité s'explique aussi par l'histoire récente de ces évènements et par plusieurs scandales ayant marqué leur développement. Le ZEvent, premier marathon caritatif d'envergure à avoir popularisé ce type de mobilisation numérique, et ayant inspiré des initiatives comme Stream For Humanity, a été confronté à plusieurs controverses.

En 2022, par exemple, l'évènement est accusé de greenwashing après avoir choisi comme bénéficiaire unique l'association GoodPlanet, vivement critiquée pour son manque de crédibilité scientifique. À cela s'ajoute l'annonce d'un projet de NFT associé à l'évènement, ce qui déclenche une forte indignation au sein de la communauté et pousse certain.e.s streamer.euse.s à se retirer, menaçant même la réussite de la collecte. Pour apaiser la situation, les organisateur.trice.s mettent en place un vote communautaire permettant aux spectateur.trice.s de choisir eux-mêmes les associations bénéficiaires parmi une liste déterminée à l'avance.

Cependant, même ce système participatif demeure un acte politique. Chaque association représente un ensemble de valeurs, de priorités et de visions du monde. Et même si le ZEvent communique en toute transparence sur ses critères de sélection, la participation des streamers.euses et leur mise en avant d'une cause particulière relèvent inévitablement d'une forme d'engagement.

Quels sont les risques pour les jeunes ?

Dans ce type d'évènement, les jeunes associent souvent la cause défendue à la parole de leur streamer.euse préféré.e, sans nécessairement adopter la distance critique nécessaire.

Lorsqu'un.e créateur.trice évoque rapidement «la guerre au Moyen-Orient» ou «les enfants qui meurent de faim», sans citer de sources ni contextualiser, il ou elle ne transmet pas une information: il ou elle transmet une émotion. Cette émotion, amplifiée par la dynamique du direct et par l'intensité du dispositif, devient elle-même un message. Le

canal médiatique valorise alors les ressentis plutôt que les faits vérifiés. Une question centrale se pose alors : comment encourager la vérification des sources dans un espace dominé par l'émotion, la rapidité et la performance ? À cela s'ajoutent deux mécanismes bien connus dans les sciences sociales: le biais de confiance et la pensée de groupe. Chaque communauté de streamer.euse fonctionne comme une micro-société dotée de ses propres codes, références, croyances et modes d'interaction. Les viewer.euses consomment donc une information filtrée par la personnalité qu'ils ou elles suivent, ce qui renforce l'homogénéité du groupe et limite la confrontation d'idées. Un biais de confiance s'installe: « *Si mon streamer le dit, c'est que c'est vrai.* »

Les études menées ces dernières années montrent que les jeunes accordent aujourd'hui davantage de confiance à une personne qu'ils ou elles suivent quotidiennement qu'à un média ou à une institution. Le capital de sympathie devient ainsi un véritable sceau de crédibilité. Contester la parole d'un.e créateur.trice qu'on admire devient difficile, voire impensable. Et lorsque ce capital affectif rencontre la légitimité institutionnelle d'une grande organisation humanitaire, le risque se renforce : le jeune adhère à la cause sans vérifier l'information et ne développe pas pleinement sa pensée critique.



© Midi Libre



© Interlude and chill

1.3 Récupération politique de l'évènement

Qui cherche aujourd'hui à séduire la jeunesse, à se rendre visible et à capter son attention ? Les responsables politiques. Pour se montrer à l'écoute d'une génération qu'ils et elles peinent à mobiliser, certain.e.s n'hésitent pas à s'associer à ces initiatives ou à en faire la promotion publique.

Le ZEvent a déjà été confronté à plusieurs tentatives de récupération politique. En 2022, par exemple, le Président de la République Emmanuel Macron salue sur Twitter (X) la mobilisation citoyenne portée par les streamers.

Si le message se voulait bienveillant, il est très mal perçu par une large partie des communautés en ligne.

En plein live, plusieurs streamers.euses critiquent, voire insultent ouvertement le Président, dénonçant une instrumentalisation politique de leur action solidaire. Pour certains, ce message est interprété comme une tentative de communication indirecte visant à renforcer l'image du parti présidentiel auprès des jeunes.

En septembre 2025, une nouvelle controverse éclate : Denis Masseglia, soutien d'Emmanuel Macron et streamer

de jeux vidéo, annonce sa participation à l'édition 2025 du ZEvent.

Son annonce déclenche aussitôt une vague de contestation et une demande massive de retrait. La question ressurgit alors: peut-on mêler action caritative et mandat politique ?

Afin d'éviter toute forme d'ingérence ou de récupération, l'équipe organisatrice du ZEvent met ensuite en place une charte éthique interdisant la participation de toute personne ayant exercé un mandat politique.

Si cette mesure vise à préserver la neutralité et la crédibilité de l'événement, elle a aussi un effet secondaire : certains "petits" streamers engagés localement (conseillers municipaux, élus communaux, etc.) se voient écartés, nourrissant un sentiment d'injustice et de clivage.

Quels sont les risques pour les jeunes ?

La récupération politique n'est pas anodine pour les jeunes. En associant des figures politiques à des événements

perçus comme « neutres », spontanés et solidaires, le brouillage des repères entre engagement citoyen authentique et communication partisane s'accentue. Les jeunes, souvent sensibles à l'authenticité, à la proximité et à l'énergie collective du stream, risquent de confondre un geste solidaire avec un message politique sous-jacent.

Ce phénomène peut :

- affaiblir leur esprit critique, en rendant plus difficile la distinction entre conviction personnelle et influence idéologique ;
- banaliser la récupération politique, comme si elle faisait partie du fonctionnement normal de ces événements ;
- alimenter une méfiance grandissante envers les institutions ou envers les initiatives citoyennes, perçues comme récupérées ou instrumentalisées.

Autrement dit, ce type d'ingérence peut fragiliser la confiance des jeunes dans les espaces d'engagement collectif, en transformant des lieux de mobilisation solidaire en terrains d'influence politique dissimulée. Pour une génération déjà



Depuis sa création, le ZEVENT n'a cessé de démontrer une vérité simple mais puissante : lorsque des dizaines de streamers unissent leur énergie, leur créativité et leur communauté autour d'une même cause, ils peuvent changer le monde.

Le ZEVENT n'est pas un événement comme les autres. C'est une mobilisation exceptionnelle, au croisement de la générosité, du jeu, et de l'engagement. Pendant plusieurs jours, des créateurs de contenu se réunissent pour collecter des fonds au profit d'associations qui œuvrent concrètement à un monde plus juste, plus solidaire, plus humain.

Ici, on ne joue pas pour soi. On stream pour les autres. Pour celles et ceux qui luttent chaque jour contre la précarité, la maladie, les violences, l'exclusion ou les menaces climatiques. On s'engage avec sincérité, dans un esprit de fraternité, de respect et de bienveillance.

Participer au ZEVENT, c'est s'inscrire dans une démarche profondément altruiste, où chaque mot prononcé, chaque geste posé, chaque euro collecté porte un sens : celui d'une communauté qui agit ensemble pour faire grandir ce qui nous unit.

C'est pourquoi nous demandons à chaque participant de respecter l'esprit du ZEVENT : un espace sans haine, sans division, sans récupération, où seul compte le désir sincère de contribuer positivement. Cette charte incarne les valeurs que nous partageons. En y adhérant, vous affirmez non seulement que vous respecterez certaines limites, mais surtout que vous rejoignez un élan collectif porté par la solidarité, le respect mutuel et l'envie d'aider.

NOS VALEURS FONDAMENTALES

Le ZEVENT rejette strictement tout contenu ou comportement allant à l'encontre des valeurs suivantes :

- **Inclusivité** : respect absolu de toutes les identités.
- **Tolérance** : refus catégorique des propos ou comportements discriminants ou haineux.
- **Bienveillance** : échanges respectueux, interdiction de toute forme de harcèlement ou d'appel au harcèlement (moral, sexuel, en ligne ou hors-ligne).
- **Engagement citoyen** : nous défendons des causes d'intérêt général dans un esprit collectif et solidaire.

CONTENUS ET COMPORTEMENTS INACCEPTABLES

L'inscription et la participation au ZEVENT seront refusées ou immédiatement annulées en cas de :

- Comportements récents et répétés, y compris sur les réseaux sociaux personnels ou professionnels, en contradiction flagrante avec les valeurs énoncées dans cette charte
- Propos discriminatoires, racistes, sexistes, LGBTphobes, islamophobes, antisémites, christianophobes, validistes, ou toute autre forme de haine
- Diffusion ou soutien explicite à des théories extrémistes
- Harcèlement moral ou sexuel avéré, sous toute forme et sur toute plateforme.

Chaque participant s'engage à modérer activement sa communauté, et à intervenir immédiatement contre tout comportement contraire aux valeurs ci-dessus.

NEUTRALITÉ PARTISANE ET CONFESSIONNELLE

Le ZEVENT est un événement non partisan et non confessionnel. Pour garantir cette neutralité, les personnes exerçant un mandat politique en cours (local, régional, national, européen...) ou ayant exercé un mandat dans le passé ne peuvent pas participer.

DÉCISION ET CONSÉQUENCES

L'équipe organisatrice du ZEVENT se réserve le droit discrétionnaire de refuser ou d'annuler une participation à tout moment si elle estime que les contenus ou comportements d'une personne compromettent l'image, la sécurité ou l'esprit de l'événement.

En cas de manquement avéré aux principes de cette charte : la participation pourra être immédiatement interrompue.

Une communication publique sur les motifs pourra être réalisée par le ZEVENT dans un souci de transparence envers la communauté.

NOUS REJOINDRE, C'EST S'ENGAGER

Participer au ZEVENT c'est bien plus que streamer pour une cause : c'est s'engager activement dans une dynamique collective basée sur l'entraide, le respect mutuel et la volonté sincère de contribuer positivement au monde qui nous entoure.

Nous comptons sur tous les participants pour préserver et défendre cet état d'esprit exemplaire.

Notre membre interne résume ainsi la dimension spectaculaire qui s'impose: « *Ces lives caritatifs reposent principalement sur la dramaturgie : ça crie, ça danse, ça se chamaille, ça débat, ça pleure... On célèbre chaque palier atteint, le compteur explose, le tchat s'enflamme. Tout est fait pour nous pousser à sortir nos cartes bancaires. Plus on donne, plus il se passe quelque chose. À un certain palier, une personnalité publique débarque ; à un autre, quelqu'un se rase la tête ou se fait tatouer en direct. On nous demande de se retrouver dans un autre live parce qu'il va y avoir un quizz. On est dans un vrai show de divertissement pendant tout un week-end.* »

Dans ce contexte, le don devient un acte presque transactionnel : « *je te donne pour que tu me divertisses* ». Associée aux risques de mal-information et au point sur le survolage des enjeux humanitaires, cette dynamique réduit la portée critique de l'engagement.

«Le geste de solidarité se transforme en adhésion communautaire, tandis que l'émotion et la performance priment sur le sens profond de pourquoi nous nous réunissons. »

Certains défis extrêmes (comme « *se casser la tête contre une table* ») posent même des questions éthiques: « *À partir de quel moment la mise en scène du don altère-t-elle la sincérité de la solidarité? Et surtout, les jeunes comprennent-ils encore la portée politique et éthique de l'acte de donner?* »

2.2 Qui récoltera le plus ?

Cette logique du divertissement s'accompagne d'une culture de la performance et de la compétition entre communautés. Les streamers.euses se

challengent ouvertement : qui récoltera le plus, qui mobilisera le plus vite, qui marquera l'évènement ? Un mécanisme incarne particulièrement cette dynamique : les moments de rush.

Comme décrit dans le chapitre sur les mécanismes, un rush est un moment court mais intense où les dons affluent massivement. Notre membre interne en témoigne : « *Le principe est simple : le.streamer.euse annonce que dans X minutes, ou à la fin d'une diffusion d'une telle musique, on sort tous notre carte bancaire et on réalise un don, même le plus petit possible. C'est là qu'un discours apparaît : « je veux voir tout le monde mettre au moins 1€ maintenant ».* »

C'est ce qu'on appelle « *l'armée des X euros* » : une stratégie qui consiste à mobiliser les plus dons possible pour faire gonfler la cagnotte et maximiser les chances de récolter le plus d'argent possible. Ces moments de rushs se calent selon la volonté des streamers.euses. Et dès que le.streamer.euse annonce le top du moment du rush, le.streamer.euse remercie un par un chaque donateur.trice.

« Sur Stream For Humanity, il a été impressionnant de constater que le vidéaste Inoxtag avait réussi à rassembler 15 000 € en 1h30. Il était à 17 000 €, et une heure et demie plus tard, il en avait 32 000 € sur sa cagnotte. Pendant tout le long de ce moment de rush, il a sauté, dansé, remercié sa communauté. 15 000 € est une somme énorme que peu de monde arriver à mobiliser en un si court laps de temps. Parfois, cela peut durer des semaines, voire des mois pour des associations. C'est dans ces moments que l'influence et la notion de performance prennent tout leur sens. »

Ces moments sont spectaculaires, mais peuvent représenter une zone de vulnérabilité pour les jeunes : la pression implicite du groupe, la peur de manquer un moment important, le désir d'appartenir à la communauté ou de soutenir un.e créateur.trice admiré.e peuvent inciter certain.e.s à donner sans recul, parfois au-delà de leurs moyens.

L'excitation collective peut alors se substituer à l'engagement citoyen, brouillant la capacité de discernement. Dans ces marathons, donner devient un acte visible, valorisé, presque scénarisé.

Pour les jeunes, cette dynamique peut avoir un effet ambivalent :

- renforcer leur sentiment d'appartenance et leur envie de participer à une aventure collective ;
- déstabiliser leur rapport à la solidarité, en transformant le don en outil de reconnaissance sociale ou de valorisation personnelle.

Le lien parasocial, cette relation à sens unique qui donne l'illusion de connaître intimement une personnalité publique, intensifie encore cette logique.

Comme expliqué dans le point précédent, lorsqu'un streamer.euse voit un don passé, il.elle remercie en citant le nom de la personne. De plus, en général, un don peut-être accompagné d'un message, souvent à l'attention du streamer ou de la streameuse pour remercier son engagement dans ces marathons.

Cette visibilité du don (« *si je donne, je serai vu.e* ») renforce la recherche de reconnaissance. Dans cette configuration, les communautés deviennent simultanément des refuges émotionnels et des bulles d'opinion, où la loyauté est parfois plus valorisée que le débat critique. Le don devient un acte de cohésion interne autant qu'un geste de solidarité. Ces évènements, animés par une réelle volonté de solidarité, posent ainsi une question essentielle : lorsque la générosité devient une performance, l'émotion peut-elle encore servir durablement la cause ?

2.3 Des messages de préventions inexistants sur les dons

L'un des éléments encore largement sous-estimés dans ces marathons caritatifs numériques est l'absence quasi totale de messages de prévention autour des dons.

Le discours des streamers.euses, porté par l'émotion, l'immédiateté et l'énergie

du direct, peut parfois basculer vers une forme de pression affective.

À coups de phrases percutantes « *même les petits dons comptent* », « *chaque euro compte* », le.la viewer.euse peut ressentir une obligation implicite de participer.

Comme le souligne notre membre interne: « *J'ai comparé ce discours à celui entendu dans des événements télévisés comme Viva For Life. C'est le même principe, le même type d'appel. Mais à la différence des marathons télévisuels, ce sentiment est amplifié par le lien émotionnel fort qui unit le.la streamer.euse à sa communauté : si je ne participe pas, je déçois, je ne fais pas partie du mouvement.* »

Cette dynamique est d'autant plus problématique que beaucoup de jeunes, souvent mineur.e.s, n'ont pas encore le recul nécessaire pour évaluer les conséquences de leurs gestes financiers. Dans un environnement où l'humour, les codes communautaires et les habitudes propres à chaque chaîne dominant, l'absence de messages de prévention clairs (« *donnez selon vos moyens* », « *ne vous mettez pas en difficulté* ») ouvre la porte à des comportements impulsifs et parfois risqués.

Lors du ZEvent 2025, nous avons observé que des viewers.euses multiplier les dons plusieurs fois dans l'heure ou la journée ou le week-end, parfois jusqu'à des montants déraisonnables. La logique d'appartenance et l'intensité émotionnelle prennent alors le dessus sur la rationalité.

On entre dans une dynamique du don performatif, où donner devient un moyen d'exister dans le live, d'être remarqué.e ou de prouver sa loyauté envers un.e streamer.euse admiré.e. Pour un.e jeune en pleine construction identitaire, cette pression peut être particulièrement forte. Dans certains cas, le risque dépasse même la sphère symbolique.

Il a été observé par le biais des réseaux sociaux, via des témoignages vidéos créés par des jeunes après ces évènements, qu'ils avaient utilisés les

cartes bancaires de leurs parents ou puiser dans leurs économies personnelles pour «ne pas être en reste».

La frontière entre soutien sincère et perte de contrôle se brouille alors. Si certain.e.s streamers.euses tentent parfois d'adresser des messages de prudence, ces rappels restent ponctuels et dépendent entièrement de la sensibilité et de la responsabilité individuelle de l'influenceur.euse.

Cette responsabilité partagée pose une question éthique centrale : à qui revient la mission de prévention ?

« C'est souvent la communauté elle-même qui tente de jouer ce rôle, en rappelant les limites ou en modérant les excès. Mais cette forme d'autorégulation est fragile et très inégale selon les communautés. Contrairement à des événements caritatifs comme CAP48 ou Viva For Life, destinés à un public adulte conscient de ses capacités financières, le ZEvent ou Stream For Humanity s'adressent à une audience beaucoup plus jeune, plus malléable émotionnellement et plus influençable. »

L'impact pour les jeunes est donc ambivalent. D'un côté, ces événements leur offrent une porte d'entrée accessible vers la solidarité et renforcent leur sentiment d'appartenance à une initiative collective.

Mais de l'autre, ils les exposent à des risques d'endettement, de culpabilité ou de confusion morale: soutenir une cause devient un acte chargé d'émotion, parfois détourné par la dynamique de groupe ou la quête de reconnaissance.

Ce constat met en lumière la nécessité d'intégrer, au sein de ces marathons caritatifs numériques, une véritable éducation au don responsable.

Sensibiliser les jeunes à la gestion de leurs moyens, à la valeur réelle de l'engagement et à la distance critique face à l'émotion collective permettrait de transformer un geste impulsif en un acte citoyen réfléchi et durable.

2.4 Un miroir des dérives du web : sexe, haine en ligne et discours extrêmes

Au-delà de leur dimension solidaire et festive, ces marathons caritatifs mettent en lumière une autre réalité : la persistance de violences numériques qui trouvent, dans ces espaces très fréquentés, un terrain d'expression privilégié. Les tchats de ces événements, massifs et difficilement modérés, deviennent des lieux où les limites habituelles de la parole sont repoussées, parfois même abolies.

On y observe un déferlement de messages visant les streamers.euses, en particulier les femmes et les personnes issues de minorités, confrontées à des commentaires sexistes, racistes, islamophobes ou stigmatisant leur apparence, leur accent, leur orientation ou leurs convictions.

Dans ces moments de forte affluence, la vitesse à laquelle défilent les messages rend la modération extrêmement difficile. Les filtres automatiques sont régulièrement contournés grâce à des orthographes déformées, une utilisation d'emojis, des jeux de mots ou des expressions ambiguës permettant à des propos haineux de passer entre les mailles du filet.

Comme l'explique un membre de notre équipe : « Les tchats sont surveillés par des modérateurs.trices bénévoles. Il s'agit d'un filtrage humain, nécessairement imparfait. Des messages problématiques peuvent apparaître si l'équipe est débordée, absente ou en pause. Dans ces moments-là, il arrive que la communauté prenne le relais en signalant massivement les propos inacceptables. La force du collectif reprend alors tout son sens. »

L'anonymat relatif des plateformes amplifie le phénomène : derrière un pseudonyme, certain.e.s se sentent autorisé.e.s à exprimer ce qu'ils.elles n'oseraient jamais dire en public. Ce contexte favorise la diffusion de propos typiques des sphères extrémistes en ligne, notamment des insinuations



© ZEvent 2024

islamophobes ou racialisantes, des clichés discriminants ou des messages déshumanisants visant des créateur.trice.s perçu.e.s comme « différent.e.s ».

Pour les streamer.euse.s, la charge psychologique est considérable. Nombreux.ses témoignent du stress de voir ces messages défiler en direct, parfois sous les yeux de centaines de milliers de personnes, sans possibilité de se protéger efficacement. Les streameuses sont particulièrement ciblées : insultes sexistes, commentaires sur leur apparence, sexualisation, remise en question de leurs compétences, voire menaces explicites. Même dans un cadre solidaire, la violence numérique reste omniprésente.

Ces violences touchent également les jeunes viewer.euse.s, exposé.e.s à une normalisation inquiétante de ces comportements. À force de voir circuler des propos extrêmes dans le tchat, certain.e.s finissent par les considérer comme « normaux », « propres à internet » ou comme un simple ressort humoristique. Comme l'illustre un autre témoignage :

« Lors de la lecture des dons, il arrive très souvent que certains utilisent cet espace pour pousser un.e streamer.euse à lire des mots bannis, racistes

ou associés à des groupuscules extrémistes. Si le.la streamer.euse le lit sans s'en rendre compte, le passage circule sous forme d'un clip, de manière massive et déclenche des vagues de cyberharcèlement et de haine. »

Cette banalisation renforce les risques de reproduction de comportements discriminants dans d'autres espaces, en ligne comme hors ligne. Elle brouille également les repères éthiques des jeunes : ce qui devrait être identifié comme du harcèlement ou un discours de haine est parfois perçu comme une simple blague ou un « code du live ».

Le cyberharcèlement ciblé et la diffusion de propos d'extrême droite dans ces contextes posent ainsi un enjeu majeur en matière d'éducation citoyenne. En l'absence de messages de prévention et de modération renforcée, les jeunes restent seuls face à ces contenus toxiques, ce qui fragilise leur capacité à reconnaître la violence, à analyser la manipulation idéologique ou à développer un regard critique sur les dynamiques de pouvoir en ligne.

Pour une génération qui se construit en partie dans ces espaces numériques, il est essentiel d'accompagner les usages, de rappeler les règles de respect, et de renforcer les compétences nécessaires

à identifier, déconstruire et refuser les discours discriminants.

Ces événements, malgré leur vocation solidaire, montrent ainsi combien le numérique peut devenir un espace de tensions, de violences et d'influence idéologique, révélant les enjeux profonds liés à la sociabilité en ligne.

3. Et après l'évènement : un engagement éphémère ?

Une fois les caméras éteintes et les hashtags redescendus dans les tendances, que reste-t-il de l'engagement ?

Cette question renvoie directement au concept de slacktivisme, une forme d'engagement symbolique et rapide, souvent limitée à un geste numérique (un don, un partage, un like) sans prolongement concret dans la réalité. L'après-événement de ces marathons constitue une zone grise : certes, les viewers.euses reçoivent des mails, des stories, des posts, des vidéos de remerciement et parfois un suivi sur l'usage des dons par les associations, ce qui les rassure sur la transparence du processus.

Mais, dans la majorité des cas, nous constatons qu'il n'existe pas de véritable passerelle entre l'engagement numérique et l'engagement de terrain. Peu de viewers.euses poursuivent leur implication en rejoignant des associations, en participant à des actions citoyennes locales ou en s'informant plus profondément sur la cause soutenue.

Cette absence de continuité nourrit la critique d'un engagement éphémère et émotionnel, où l'acte de donner devient une fin en soi plutôt qu'un point de départ. L'argent reste certes essentiel au fonctionnement des associations humanitaires, mais la participation citoyenne (comme manifester, débattre, s'impliquer localement, ...) tend à s'effriter au profit d'un engagement médiatisé, ponctuel, et davantage centré sur la visibilité que sur la durabilité.

Pour les jeunes, cette dynamique peut

créer une forme de désillusion post-événement. L'intensité vécue pendant le live contraste avec le vide qui suit. L'énergie collective, l'adrénaline du « faire ensemble », s'éteint brutalement, laissant place à un sentiment d'impuissance ou d'inutilité.

Ce passage du « nous agissons » au « tout est fini » peut être déstabilisant, surtout lorsqu'il n'existe aucun relais associatif pour transformer cet élan en action durable.

Sur le plan cognitif, le slacktivisme s'inscrit également dans un environnement saturé d'informations. Sur internet, les causes, campagnes et appels à l'aide se succèdent à une vitesse vertigineuse. Il devient difficile pour les jeunes de distinguer le vrai du faux, le profond du superficiel. Le geste de partage ou de don devient parfois automatique, voire réflexe, sans réelle réflexion sur la source ou la portée du message.

Ce phénomène peut avoir un effet paradoxal : il crée une illusion d'action citoyenne, tout en réduisant la capacité critique et la compréhension des enjeux.

En partageant un visuel ou un slogan sans vérifier le contexte, les jeunes peuvent, involontairement, contribuer à la diffusion de fausses informations, ravivant ainsi la boucle de la désinformation évoquée précédemment.

Pour limiter ces dérives, il est crucial d'imaginer de nouveaux dispositifs d'éducation aux médias et à l'engagement numérique, permettant de prolonger l'engagement au-delà du clic.

Former les jeunes à la vérification des sources, à la lecture critique et à la compréhension des structures associatives peut transformer ces élans ponctuels en démarches durables, conscientes et responsabilisées.

CONCLUSION



© ZEvent 2025

Pourquoi ces évènements suscitent-ils autant de critiques et d'analyses ?

« Tout ce qui est nouveau, et qui ne s'inscrit pas encore dans une norme établie, devient rapidement sujet à la critique. Les marathons caritatifs en ligne ne font pas exception : ils bousculent les habitudes et s'appuient sur cette pratique qu'est le streaming, qui reste encore considéré comme atypique. »

Bien qu'elle soit aujourd'hui ancrée dans la culture populaire du 21ème siècle, cette pratique reste perçue comme « trop jeune », trop récente pour être pleinement légitimée. Il faudra sans doute encore quelques années pour que l'engouement se stabilise et cesse d'être regardé comme un phénomène spectaculaire.

Ces évènements s'inscrivent dans une tension plus large : celle de la transition entre les médias traditionnels et les médias numériques. Les chaînes audiovisuelles ont longtemps détenus le monopole des actions caritatives d'envergure, et l'émergence d'initiatives issues d'internet continue d'être perçue comme une concurrence voire une menace. Pour l'instant, on continue de présenter ces marathons comme des exceptions, des évènements «hors concours», distincts du calendrier caritatif habituel dominé par des initiatives institutionnalisées comme Viva For Life ou le Téléthon.

Ces formats numériques n'entrent pas encore dans les catégories usuelles ; ils forment un calendrier parallèle, un espace à part. Les codes mobilisés, humour, performances en direct, «délires» communautaires, interactions instantanées, ne correspondent pas aux cadres audiovisuels classiques. Et tout ce qui s'éloigne des normes médiatiques établies devient naturellement une cible de critiques. Le regard sur les pratiques numériques reste parfois péjoratif, teinté d'un certain mépris culturel.

Pourtant, si l'on regarde de près, ZEvent, Cap48heures ou Stream For Humanity ne sont pas si différents des autres actions citoyennes. Ils mobilisent des milliers de personnes, véhiculent des valeurs d'entraide, de solidarité et de responsabilité, et démontrent que les communautés en ligne sont capables, eux aussi, de contribuer à développer une société plus active, critique, solidaire et engagée. La différence réside surtout dans les codes utilisés, plus interactifs, plus informels, plus proches du quotidien des jeunes.

Il faudra sans doute encore du temps pour que ces évènements trouvent leur place dans l'écosystème institutionnel des marathons caritatifs et soient reconnus à la même hauteur que leurs équivalents audiovisuels.

L'engagement et la participation des jeunes sur ces plateformes sont pourtant bien réels et que nous devons considérer comme précieux. Pour qu'il soit durable et responsable, il doit toutefois être accompagné : encourager le recul critique, la vérification de l'information et la compréhension des enjeux permet de prolonger ces élans de solidarité au-delà du spectacle numérique et de créer des ponts entre le virtuel et le présentiel.

RESSOURCES

- ARTE. (s.d.). Twitch : les secrets de fabrication d'un stream – Le dessous des images. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=BeYq57joodc>
- Jeune Et Citoyen ASBL. (s.d.). Twitch : une plateforme pour les CRACS ? <https://jecasbl.be/nos-ressources/twitch-une-plateforme-pour-les-cracs/>
- RTBF. (2025). ZEvent : l'édition 2025 du marathon caritatif explose son record et récolte plus de 16 millions d'euros. <https://www.rtbf.be/article/ZEvent-l-edition-2025-du-marathon-caritatif-explose-son-record-et-recolte-plus-de-16-millions-d-euros-11597764>
- RTBF. (2025). 152 069 € pour CAP48heures : le marathon caritatif de RTBF iXPÉ bat un nouveau record. <https://www.rtbf.be/article/152-069-euros-pour-cap48heures-le-marathon-caritatif-de-rtbf-ixpe-bat-un-nouveau-record-11611337>
- Médecins Sans Frontières. (s.d.). Stream For Humanity II : plus d'1,6 million d'euros collectés en faveur de MSF et du Secours Populaire. <https://www.msf.fr/communiques-presse/stream-for-humanity-ii-plus-d-16-million-d-euros-collectes-en-faveur-de-msf-et-du-secours-populaire>
- Numerama. (s.d.). Projet Avengers : des joueurs français s'unissent pour aider l'Éthiopie. <https://www.numerama.com/pop-culture/151615-projet-avengers-des-joueurs-francais-sunissent-pour-aider-lethiopie.html>
- RTBF – TIPIK Gaming. (s.d.). Média dédié aux passionné·e·s de jeux vidéo, d'eSport, de culture numérique et de technologie. (Page d'accueil ou section générale, si tu souhaites l'URL précise, je peux la retrouver.)
- RTL. (s.d.). Une nouvelle génération de donateurs : Stream for Humanity, ZEvent, Speedons... Comment les streamers réinventent la collecte caritative. <https://www.rtl.fr/actu/sciences-tech/une-nouvelle-generation-de-donateurs-stream-for-humanity-ZEvent-speedons-comment-les-streamers-reinventent-la-collecte-caritative-7900564858>
- ZEvent. (2025). Interviews des associations – ZEvent 2025. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Ep4yxeam4g>
- Peyrin, A. (2022). Le live streaming caritatif : entre mobilisation sociale et économie de l'attention. *Communication*, 39(2). <https://journals.openedition.org/communication/15973>
- Arrêt sur images. (2025, 1 février). "Stream for Humanity": AmineMaTué, le transfuge de Twitch. Arrêt sur images. <https://www.arretsurimages.net/chroniques/facecam/stream-for-humanity-aminematué-le-transfuge-de-twitch-arretsurimages.net>
- Arrêt sur images. (2025, 21 septembre). ZEvent : spectacle, communautés et fractures politiques. Arrêt sur images. <https://www.arretsurimages.net/chroniques/facecam/ZEvent-spectacle-communautes-et-fractures-politiques>

ACTIVITÉ DÉBAT

Vous souhaitez réaliser un débat avec votre groupe de jeunes (en classe, en animation ou dans un cadre associatif) ? Par le principe d'un débat mouvant, proposez à vos jeunes de réagir, se positionner et argumenter à partir de cette liste d'énoncés.

Nous vous mettons une série de formulations affirmatives conçues pour stimuler la réflexion, encourager l'expression personnelle et développer l'esprit critique autour des enjeux liés aux marathons caritatifs en ligne. Ces propositions permettent d'ouvrir un échange libre et nuancé sur l'engagement, l'influence numérique, la désinformation, les dynamiques de communautés, la pression émotionnelle ou encore les violences en ligne.

L'objectif est d'offrir aux jeunes un espace pour questionner leurs pratiques, comprendre les mécanismes à l'œuvre dans ces évènements et débattre dans un cadre respectueux et constructif.

Liste des affirmations

- Participer à un marathon caritatif en ligne est une véritable forme d'engagement citoyen.
- On peut s'engager pour une cause sans nécessairement bien la comprendre.
- L'émotion est la principale raison qui pousse les jeunes à soutenir une cause en ligne.
- Le numérique transforme profondément la manière dont les jeunes s'engagent.
- Les streamer.euse.s sont aujourd'hui des figures de confiance aussi importantes que les médias traditionnels.
- Les créateurs.trices influencent davantage leurs communautés que l'inverse.
- Les lives rendent difficile la distinction entre information fiable et opinion personnelle.
- Les jeunes vérifient rarement les informations lorsqu'elles viennent d'un.e streamer.euse apprécié.e.
- La vitesse du chat et du live favorise la propagation d'informations incomplètes ou erronées.
- Les streamer.euse.s ont une responsabilité dans la qualité des informations qu'ils. elles relaient.
- Les messages comme « chaque euro compte » créent une pression implicite à donner.
- Donner pendant un évènement caritatif est plus souvent un geste impulsif qu'un acte réfléchi.
- Les streamer.euse.s devraient mieux prévenir leur audience des risques financiers.
- On ne peut pas vraiment sensibiliser aux crises humanitaires dans un cadre aussi rapide et divertissant que propose le ZEvent, Stream For Humanity et CAP 48 Heures.
- Les jeunes finissent par banaliser la violence en ligne lorsqu'elle apparaît dans un contexte de divertissement.
- Les plateformes devraient renforcer la modération dans les évènements de grande ampleur.
- Un évènement caritatif ne peut jamais être totalement neutre.
- Les streamer.euse.s sont responsables de ce qui se passe dans leur chat.
- Les jeunes manquent d'outils pour analyser ce qu'ils voient lors de ces évènements.
- La culture du live privilégie l'émotion au détriment du recul critique.
- Ces évènements peuvent être des outils pédagogiques pour comprendre les mécanismes d'influence.



CRÉDITS

Une analyse menée et écrite par : Jeune Et Citoyen ASBL, 2025

Mise à jour par : Jeune Et Citoyen ASBL, 2025

Date de publication : 2025

Mise en page : Jeune Et Citoyen ASBL

Photo : ZEvent / Stream For Humanity / RTBF IXPE

Contacts : info@jecasbl.be / www.jecasbl.be