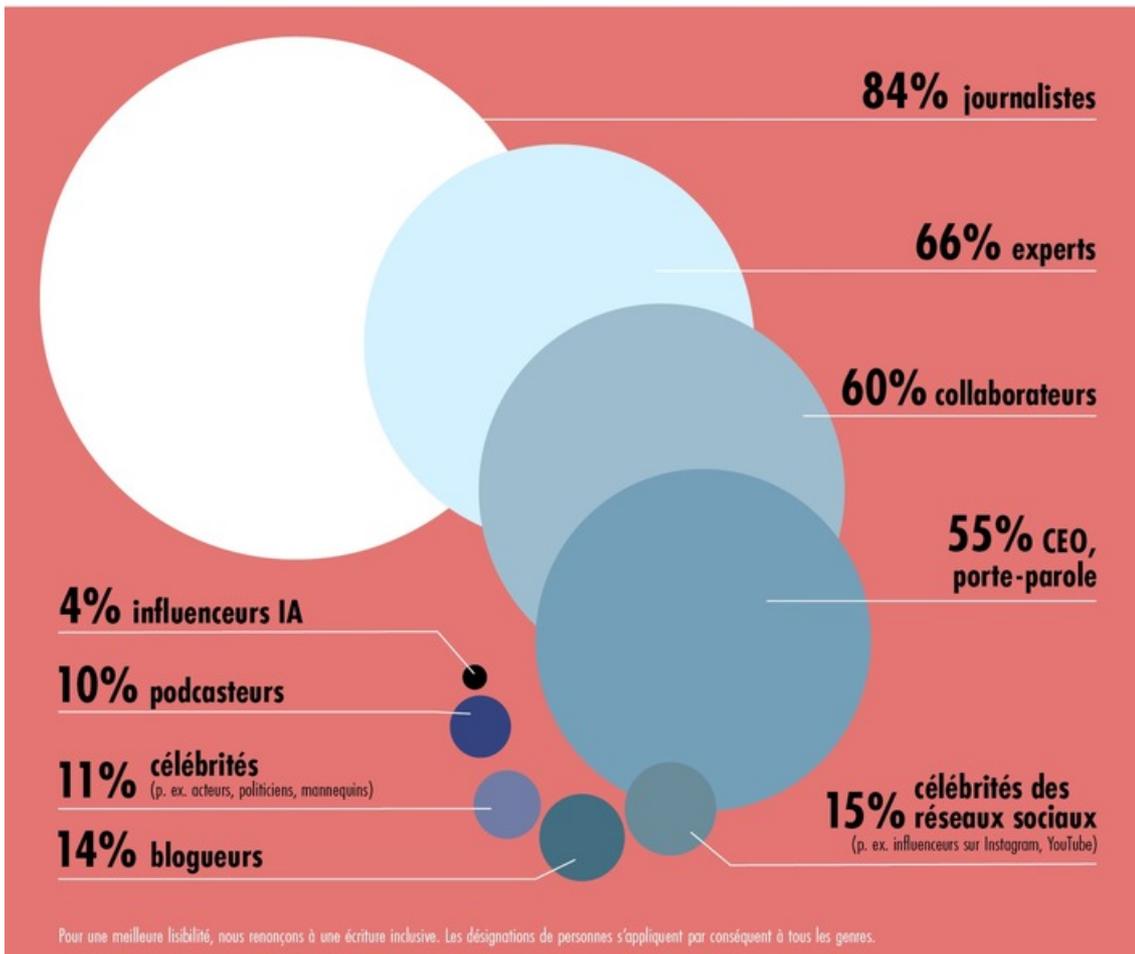


19.06.2024 - 11:56 Uhr

Les multiplicateurs dans les relations publiques: les journalistes mènent la danse, les influenceurs d'entreprise rattrapent leur retard

Des voix influentes

Qui sont les meilleurs multiplicateurs dans les RP?



Zurich (ots) -

Les journalistes restent de loin les multiplicateurs les plus importants pour les professionnels des RP. Les célébrités des réseaux sociaux jouent en revanche un rôle beaucoup moins important. Quant aux influenceurs d'entreprise, ils gagnent de plus en plus de terrain. Telles sont les conclusions du dernier Trendmonitor des RP publié par news aktuell et PER. 327 professionnels de la communication en Suisse et en Allemagne ont participé à cette enquête.

Malgré une perte d'importance souvent débattue, les rédacteurs des médias classiques continuent d'occuper la première place dans l'esprit d'une très grande majorité des personnes interrogées: 84% d'entre elles indiquent qu'ils sont essentiels à leur travail de relations publiques. Les professionnels suivent en deuxième position, à bonne distance: deux professionnels des RP sur trois considèrent ainsi les experts comme des multiplicateurs particulièrement importants (66%).

Les influenceurs d'entreprise gagnent du terrain, tandis que les célébrités, les blogueurs et les podcasteurs restent loin derrière

Les influenceurs d'entreprise rattrapent leur retard et occupent les troisième et quatrième places: 60% des personnes interrogées

considèrent leurs propres collaboratrices et collaborateurs comme des multiplicateurs importants, par exemple pour construire la réputation de l'entreprise, améliorer sa portée et sa visibilité ou transmettre sa culture. Plus de la moitié des professionnels des RP font appel à des représentants officiels de l'entreprise, tels que les CEOs ou les porte-parole (55%).

Les célébrités des réseaux sociaux tels que les youtubeurs, les instagrameurs ou les tiktokeurs jouent en revanche un rôle mineur (15%). Les blogueurs (14%), les célébrités classiques comme les acteurs, les hommes politiques ou les mannequins (11%) et les podcasteurs (10%) font également partie des multiplicateurs marginaux selon les personnes interrogées. Les influenceurs virtuels sont actuellement peu importants (4%).

C'est l'influence des célébrités des réseaux sociaux et des podcasteurs qui a le plus augmenté

Bien que les célébrités des réseaux sociaux et les podcasteurs soient des multiplicateurs de second ordre pour le travail de RP actuel, leur influence sur la formation de l'opinion publique est celle qui a le plus augmenté au cours des deux dernières années par rapport aux autres multiplicateurs. 71% des personnes interrogées pensent que les instagrameurs, tiktokeurs ou youtubeurs ont fortement ou très fortement gagné en importance. 64% des personnes interrogées considèrent que l'influence des podcasteurs s'est développée.

L'importance des influenceurs d'entreprise a également augmenté au cours des 24 derniers mois: pour près de la moitié des professionnels des RP, leurs propres collaboratrices et collaborateurs ont gagné en importance en tant que multiplicateurs (49%). Un peu plus d'une personne sur trois pense que l'influence publique des CEO ou d'autres représentants officiels de l'entreprise s'est accrue (35%).

Certes, les influenceurs virtuels jouent un rôle marginal dans le travail de RP actuel. Néanmoins, selon les personnes interrogées, leur influence sur la formation de l'opinion publique a également progressé au cours des dernières années (pour 40%, elle a fortement augmenté ou seulement augmenté). Cependant, près d'un professionnel de la communication sur trois ne sait pas comment évaluer le développement des influenceurs IA au cours des deux dernières années: pas moins de 29% déclarent ne pas avoir d'opinion.

En ce qui concerne l'augmentation de l'importance des journalistes, 46% des personnes interrogées estiment que l'influence des professionnels des médias sur la formation de l'opinion publique n'a pas changé. En revanche, 20% d'entre elles estiment que leur importance a augmenté, tandis que 25% pensent qu'elle a plutôt diminué.

Détail des résultats:

Quels multiplicateurs sont particulièrement importants pour votre travail? (plusieurs réponses possibles)

- journalistes 84%
- professionnelles / professionnels / expertes / experts 66%
- collaboratrices / collaborateurs de l'entreprise 60%
- représentantes / représentants de l'entreprise (p. ex. CEO, porte-parole) 55%
- célébrités des réseaux sociaux (p. ex. instagrameurs, tiktokeurs, youtubeurs, etc.) 15%
- blogueuses / blogueurs 14%
- célébrités (acteurs, mannequins, politiciens, etc.) 11%
- podcasteuses / podcasteurs 10%
- influenceurs virtuels (mot-clé: intelligence artificielle) 4%

Selon vous, comment l'influence des multiplicateurs suivants sur la formation de l'opinion publique a-t-elle évolué au cours des deux dernières années?

fortement augmenté + augmenté

- célébrités des réseaux sociaux (p. ex. instagrameurs, tiktokeurs, youtubeurs, etc.) 71%
- podcasteuses / podcasteurs 64%
- collaboratrices / collaborateurs de l'entreprise elle-même 49%
- professionnelles / professionnels / expertes / experts 46%
- influenceurs virtuels (mot-clé: intelligence artificielle) 40%
- blogueuses / blogueurs 35%
- représentantes / représentants de l'entreprise (p. ex. CEO, porte-parole) 35%
- célébrités (acteurs, mannequins, politiciens, etc.) 27%
- journalistes 22%

Journalistes

- en forte hausse 2%
- en hausse 20%
- ni l'un ni l'autre 46%
- en légère baisse 25%
- en forte baisse 3%
- sans opinion 4%

Professionnelles / professionnels / expertes / experts

- en forte hausse 6%

- en hausse 41%
- ni l'un ni l'autre 39%
- en légère baisse 9%
- en forte baisse 1%
- sans opinion 5%

Collaboratrices / collaborateurs de sa propre entreprise

- en forte hausse 10%
- en hausse 39%
- ni l'un ni l'autre 37%
- en légère baisse 6%
- en forte baisse 1%
- sans opinion 7%

Représentantes / représentants de l'entreprise (p. ex. CEO, porte-parole des médias)

- en forte hausse 5%
- en hausse 30%
- ni l'un ni l'autre 46%
- en légère baisse 13%
- en forte baisse 1%
- sans opinion 4%

Blogueuses / blogueurs

- en forte hausse 4%
- en hausse 31%
- ni l'un ni l'autre 31%
- en légère baisse 21%
- en forte baisse 4%
- sans opinion 8%

Podcasteuses / podcasteurs

- en forte hausse 13%
- en hausse 51%
- ni l'un ni l'autre 22%
- en légère baisse 5%
- en forte baisse 2%
- sans opinion 7%

Célébrités des réseaux sociaux (p. ex. instagrameurs, tiktokeurs, youtubeurs, etc.)

- en forte hausse 26%
- en hausse 45%
- ni l'un ni l'autre 13%
- en légère baisse 6%
- en forte baisse 4%
- sans opinion 7%

Célébrités (acteurs, mannequins, hommes politiques, etc.)

- en forte hausse 3%
- en hausse 24%
- ni l'un ni l'autre 41%
- en légère baisse 18%
- en forte baisse 5%
- sans opinion 10%

Influenceurs virtuels (mot-clé: intelligence artificielle)

- en forte hausse 7%
- en hausse 33%
- ni l'un ni l'autre 25%
- en légère baisse 4%
- en forte baisse 2%
- sans opinion 29%

Source: Trendmonitor des RP de news aktuell et PER. Enquête en ligne réalisée en février 2024 auprès de 327 professionnels de la communication issus d'entreprises, d'organisations et d'agences de RP en Suisse et en Allemagne.

Vous trouverez également d'autres résultats de nos Trendmonitor des RP annuels sur le blog de news aktuell sur

<https://www.newsaktuell.de/blog/search/?s=PR-Trendmonitor>

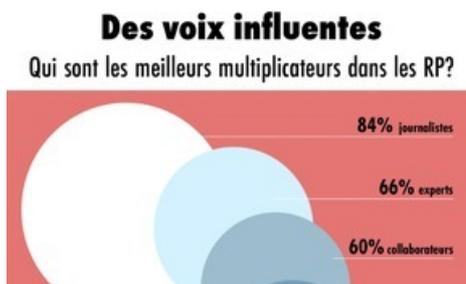
À propos de news aktuell (Suisse) SA

news aktuell (Suisse) SA a été créée en 2000 par l'agence nationale KEYSTONE-ATS sous forme de joint-venture avec l'agence de presse allemande dpa et fait désormais partie du Groupe dpa. news aktuell offre aux entreprises et aux organisations un accès efficace aux médias et au grand public. Via les outils intelligents ots et renteria, les contenus RP sont diffusés dans tous les formats de médias tels que les titres imprimés classiques, les portails en ligne ou les réseaux sociaux. Le réseau de diffusion ots donne une portée et une pertinence pour les contenus PR multimédia. Le logiciel RP renteria propose des contacts de qualité pour rejoindre personnellement les journalistes. En outre, news aktuell publie tous les contenus RP de sa clientèle sur la plateforme www.presseportal.ch. Un réseau international pour la publication d'actualités d'entreprises vient compléter l'offre. Cela permet d'atteindre tous les groupes cibles pertinents, des rédactions aux blogs spécialisés en passant par les influenceuses et influenceurs numériques.

Contact:

news aktuell (Suisse) SA
Janina von Jhering
Responsable adjointe de la communication du Groupe
Téléphone: +49 40/4113 - 32598
vonjhering@newsaktuell.de

Medieninhalte



Les journalistes constituent les principaux multiplicateurs pour les professionnels des RP, suivis des expertes et des experts ainsi que des collaboratrices et des collaborateurs. Voici les conclusions du dernier Trendmonitor des RP, réalisé par news aktuell, filiale de la dpa, en collaboration avec PER. L'enquête a été menée auprès de 327 professionnels de la communication en Suisse et en Allemagne. / Texte complémentaire par ots et sur www.presseportal.ch/fr/nr/100000003 / L'utilisation de cette image à des fins éditoriales est autorisée et gratuite, pourvu que toutes les conditions d'utilisation soient respectées. La publication doit inclure le crédit de l'image.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100000003/100920695> abgerufen werden.