



#direction communication #communication corporate #réseaux sociaux #transformation digitale #socialmedia #CAC40

Paris, le 30 Mai 2017

Wiztopic présente les résultats de son étude sur l'usage des réseaux sociaux photo et vidéo dans la communication corporate du CAC40.

Orange, Crédit Agricole, Engie, Legrand et Schneider Electric au top 5 de l'usage des réseaux sociaux vidéo.

Engie, LVMH, L'Oréal, Accor et Société Générale au top 5 de l'usage des réseaux sociaux photo.

Youtube, Instagram, Periscope... Wiztopic, l'éditeur de la plateforme logicielle des Directions communication, a analysé 320 comptes sociaux photo et vidéo des sociétés du CAC 40 et interviewé les communicants de certaines d'entre elles, notamment Schneider Electric, Engie et Axa.

« L'image vidéo et photo envahit les réseaux sociaux corporate des entreprises du CAC 40 déclare Jérôme Lascombe, Président de Wiztopic. On savait déjà que Youtube ou Instagram jouaient un rôle clé dans la communication des marques. On constate désormais que c'est aussi le cas pour la communication corporate des grandes entreprises cotées. L'usage de ces plates-formes dans la sphère grand public crée des attentes dans la sphère professionnelle. Les publics corporate des entreprises s'attendent à ce que ces dernières s'adressent à eux via les canaux qu'ils utilisent. »

Aucun secteur d'activité n'échappe au phénomène. Industrie, finance, immobilier : **l'activité de l'entreprise n'est pas un facteur significatif de différenciation.**

Les résultats de l'étude montrent que ces réseaux sociaux sont jugés très efficaces pour communiquer sur des sujets corporate. Les entreprises exposent d'abord de l'information liée à leurs actualités, à leurs résultats, à leur marque employeur ainsi qu'à leurs initiatives notamment dans le domaine RSE. S'ensuivent des informations sur les offres et l'actualité de leurs filiales.

« Il faut ouvrir les portes et les fenêtres de l'organisation et repenser la communication pour être en prise avec la transformation actuelle du groupe. » confirme Ana Bustos, Directrice de la marque et de la communication du Groupe Engie.

Certaines entreprises ont pris le parti d'être principalement présentes via leurs marques ou leurs filiales (qui portent souvent la marque du groupe), sur un registre plus marketing. C'est le cas de Carrefour, Vinci ou Sodexo.

Instagram fait une percée remarquée dans la communication corporate. 72,5% des entreprises du CAC y sont présentes et actives. 49% disposent d'un compte certifié. Le nombre d'abonnés à leurs comptes est parfois très élevé. C'est le cas de Nokia avec 160000 abonnés. Les deux tiers des entreprises inscrites publient au moins une fois par semaine. Les profils les plus actifs sur Instagram sont aussi présents sur Pinterest, où l'on retrouve la moitié des entreprises du CAC. Cependant, une

majorité des comptes Pinterest est peu suivie (moins de 1000 abonnés).

Sur toutes les plates-formes étudiées, **Youtube est le premier canal pour la communication corporate du CAC40 avec 92% des entreprises présentes** et une forte densité de publication. 36% des entreprises postent des vidéos plusieurs fois par semaine. La chaîne Youtube de Schneider Electric est celle qui compte le plus de vidéos en ligne avec près de 3000 vidéos. 346000 fans suivent celle de Nokia. Les autres plates-formes Vimeo et Dailymotion sont aussi utilisées mais dans une moindre mesure.

« *L'importance de Youtube pour le SEO est remarquable : la plate-forme est devenue une plate-forme clé pour le référencement naturel des contenus.* » ajoute Marta Bazaco, Directrice Social Media chez Schneider Electric.

42,5% des entreprises du CAC40 ont utilisé le live dans leur communication corporate. Le recours au live vidéo est encore discret mais en croissance rapide. 42,5% du CAC40 a déjà utilisé au moins une fois Periscope ou Facebook Live. Certaines entreprises le font régulièrement : Atos, Orange et le Crédit Agricole.

A noter : la langue privilégiée de la présence sociale des sociétés du CAC40 est majoritairement l'anglais. Seules sept entreprises communiquent en français sur ces réseaux : c'est par exemple le cas d'Orange et la Société générale.

A propos de Wiztopic

Wiztopic est l'éditeur de la nouvelle plateforme logicielle des Directions communication.

En deux ans son logiciel est devenu le référent pour les communicants du secteur de la banque, de l'assurance (BPCE, Crédit Agricole, Saxo banque, AG2R, Allianz, Covéa, Generali, Humanis) et des entreprises cotées (Schneider Electric, Adecco, Capgemini, Nexity).

Il leurs permet d'optimiser le management, la distribution et l'analyse de la performance de leurs contenus, très simplement, en toute sécurité et depuis leur smartphone. Connectée aux outils et aux canaux de diffusion existants des communicants, la plateforme Wiztopic les aide ainsi à réaliser en douceur leur transformation digitale.

En savoir plus : <https://fr.wiztopic.com/>

Contact : Agathe Chabert – 06 42 76 34 42 / 09 72 55 39 21 – agathe@wiztopic.com