# Panorama des médias sociaux 2024

Webinaire Communication Publique - 24/05/2024

Frédéric Cavazza ?

- *Marketing technologist*
- Consultant et conférencier
- 25 ans d'expérience dans le web
- 1 blog : FredCavazza.net
- 2 livres :
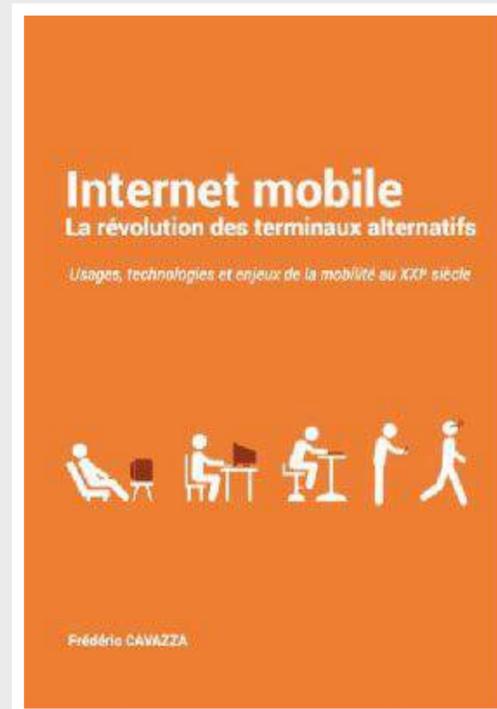
Sommaire

- **Introduction**

- Présentation détaillée du panorama 2024

- Les grandes tendances

- Les questionnements

- Conclusion

Comment en est-on arrivé là ?

Sommaire

- Introduction

- **Présentation détaillée du panorama 2024**

- Les grandes tendances

- Les questionnements

- Conclusion

Un écosystème de services en ligne

TikTok est le nouveau centre de gravité

Meta édite les services les plus populaires

Une dizaine de plateformes occupe une place centrale

Une infinité de services pour publier

Une infinité de services pour partager

Une infinité de services pour envoyer des messages

Une infinité de services pour discuter

@fredcavazza #MediasSociaux

FredCavazza.net

Une infinité de services pour collaborer

Une infinité de services pour réseauter

Une vision occidentale qui exclut la Chine

Sommaire

- Introduction

- Présentation détaillée du panorama 2024

- **Les grandes tendances**

- Les questionnements

- Conclusion

L'IA s'invite dans les interactions

Les services se copient entre eux

Un repli vers les communautés

Les 9 vies de Twitter / X

L'avènement de LinkedIn

774+ million members in 200 countries and regions worldwide

180M+ United States
18M+ Canada
17M+ Mexico
9M+ Colombia
51M+ Brazil
5M+ Chile
8M+ Argentina
3M+ Morocco
5M+ Nigeria
8M+ South Africa
10M+ Turkey
5M+ Egypt
2M+ Israel
4M+ UAE
5M+ Saudi Arabia
2M+ Kenya
76M+ India
2M+ Hong Kong (SAR)
2M+ Singapore
18M+ Indonesia
54M+ Chinese Mainland
2M+ Republic of Korea
2M+ Japan
2M+ Taiwan
9M+ The Philippines
5M+ Malaysia
2M+ New Zealand
12M+ Australia

Europe

UK	31M+	Portugal	3M+
France	22M+	Romania	3M+
Italy	15M+	Sweden	4M+
DACH	16M+	Czech Rep.	1M+
Spain	14M+	Finland	1M+
Netherlands	9M+	Ireland	2M+
Belgium	4M+	Poland	4M+
Denmark	2M+	Norway	2M+
Hungary	1M+		

La fin du paid social ?

Coût pour mille impressions moyen d'une publicité payante sur les réseaux sociaux suivants en 2023 (janv.-nov.)

TikTok **3,45 $**

YouTube **3,05 $**

Meta **7,17 $**

X **1,20 $**
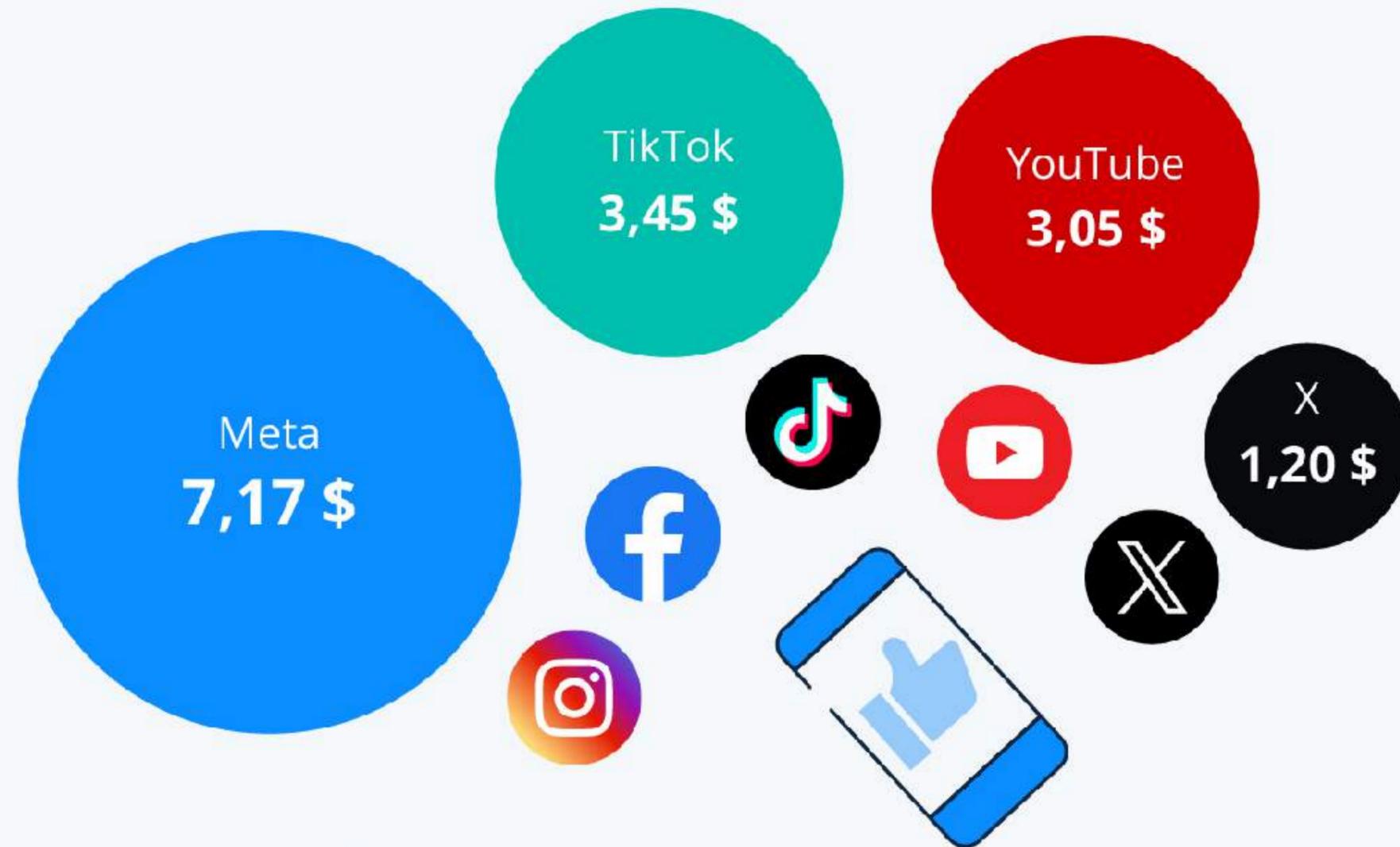
Source : Gupta Media

La fin du shared media ?
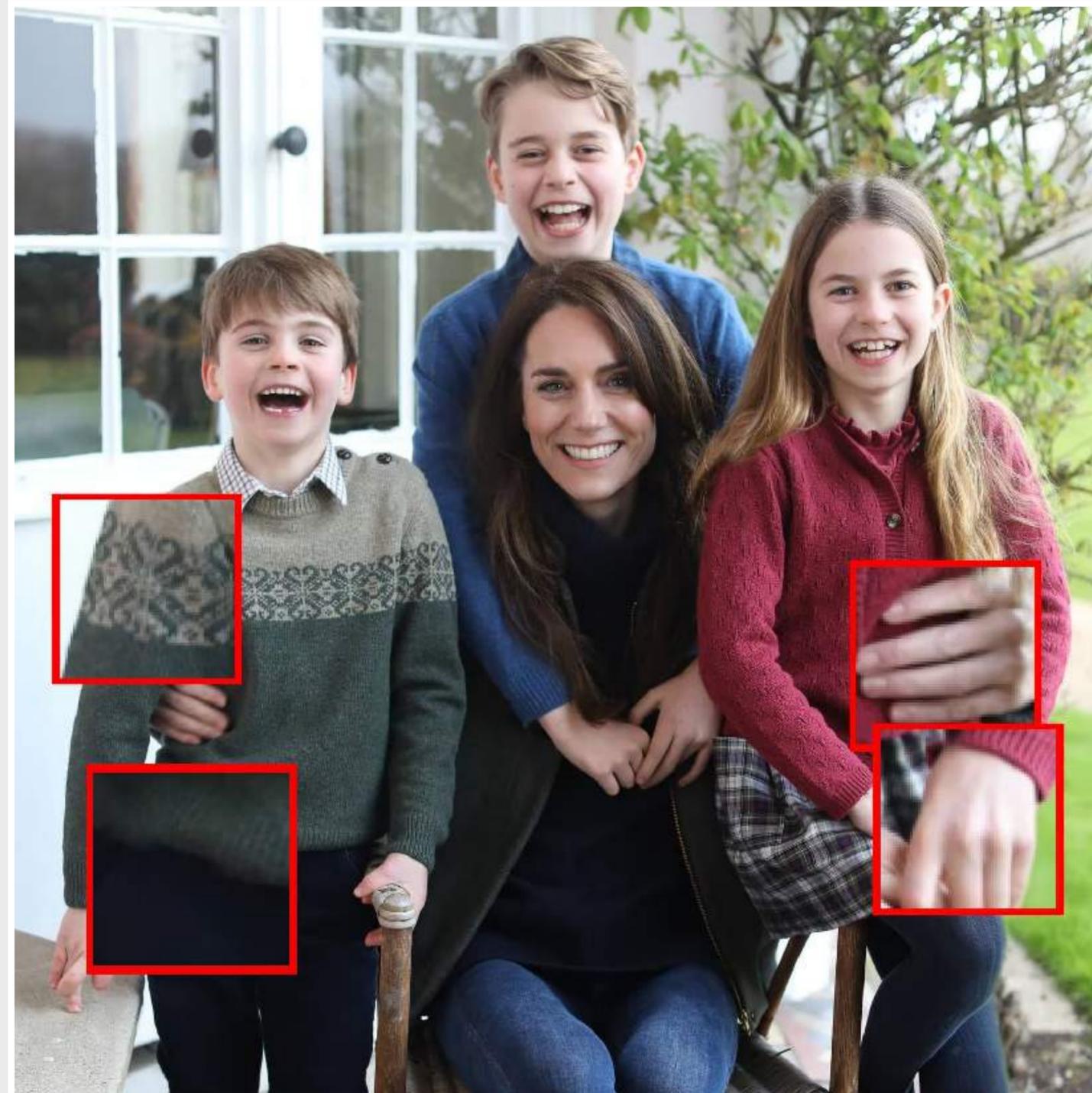
La fin des réseaux sociaux ?
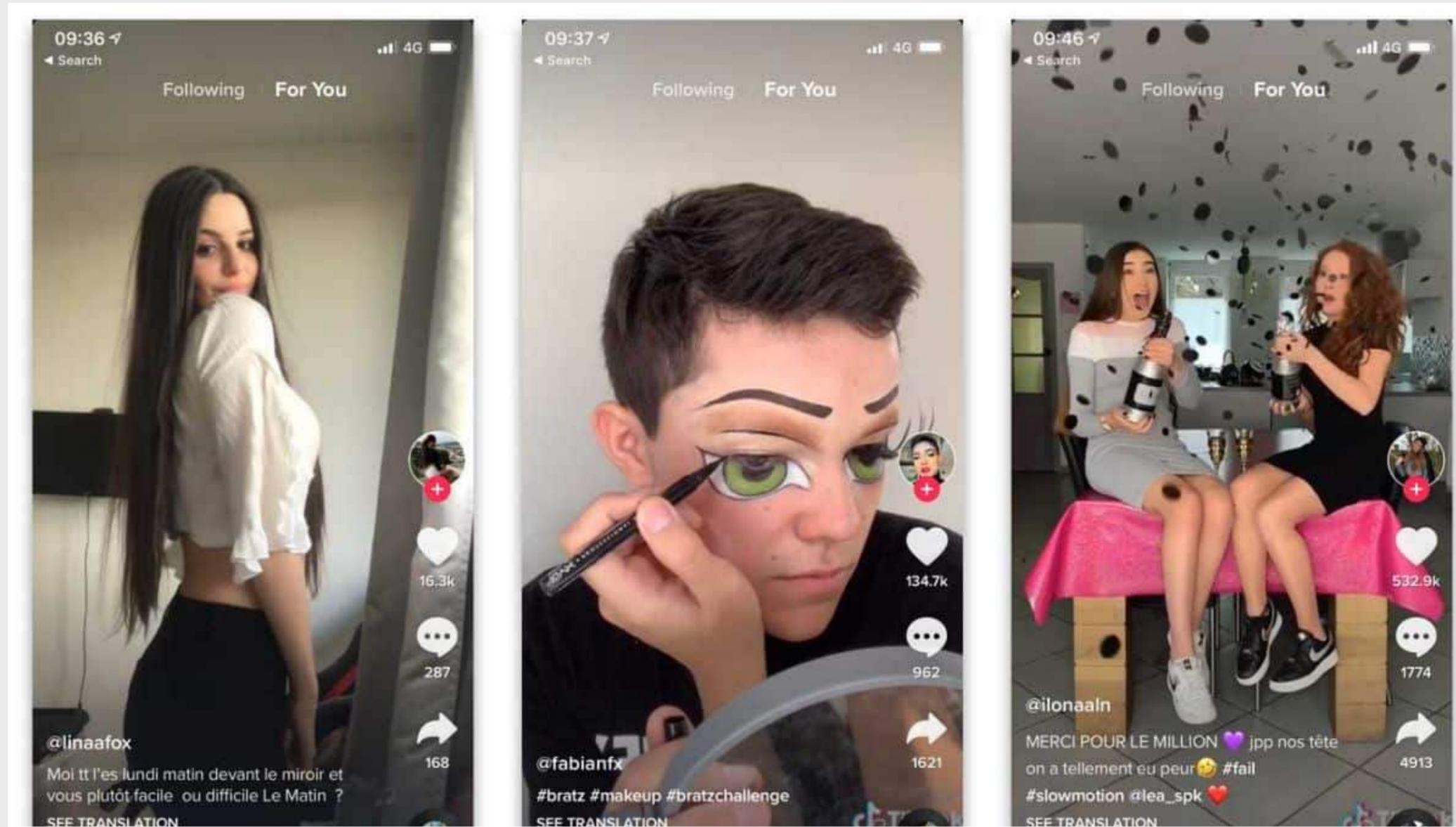
Sommaire

- Introduction

- Présentation détaillée du panorama 2024

- Les grandes tendances

- **Les questionnements**

- Conclusion

Comment engager des publics jeunes, désabusés et courtisés par les populistes ?

Le #BlocusChallenge de LFI

Comment bénéficier de l'IA générative et l'intégrer dans la production / publication ?

Image expansion
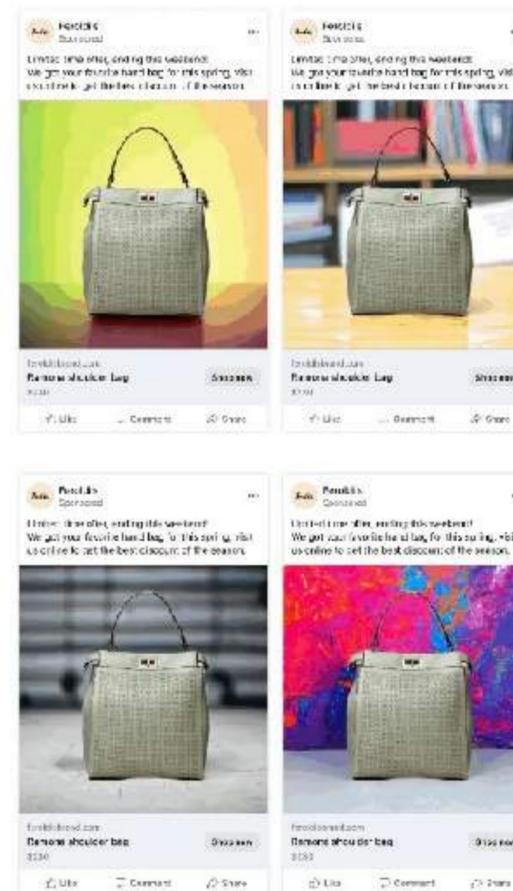
Background generation
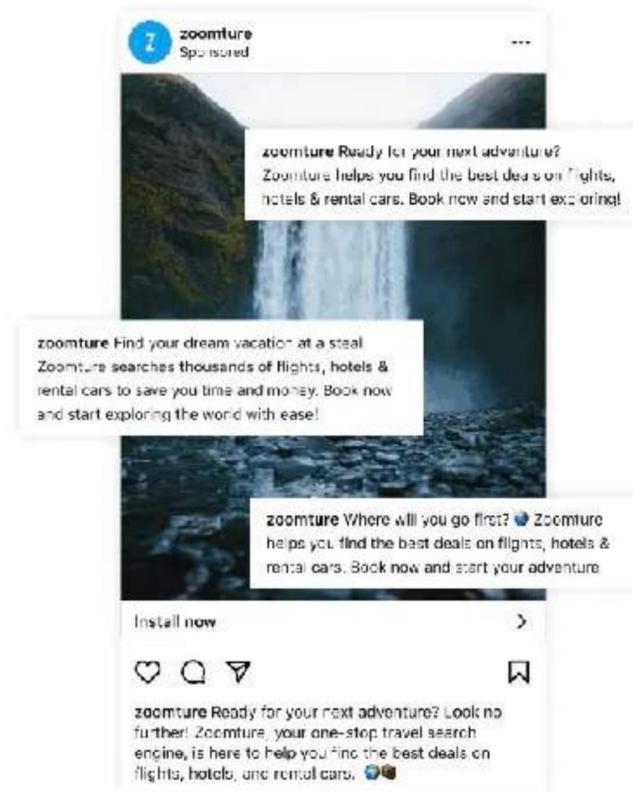
Text variations

Comment maintenir une cohérence éditoriale ?


Social Media Brand Used Most Often
BASE: U.S. SOCIAL MEDIA USERS

THE INFINITE DIAL 2023

	Facebook	Instagram	TikTok	Twitter	Snapchat	Pinterest	Other
Total 12+	46	18	14	7	6	3	6
Age 12-34	20	31	22	7	12	3	5
Age 35-54	55	12	12	9	2	3	7
Age 55+	74	6	4	6	2	4	4
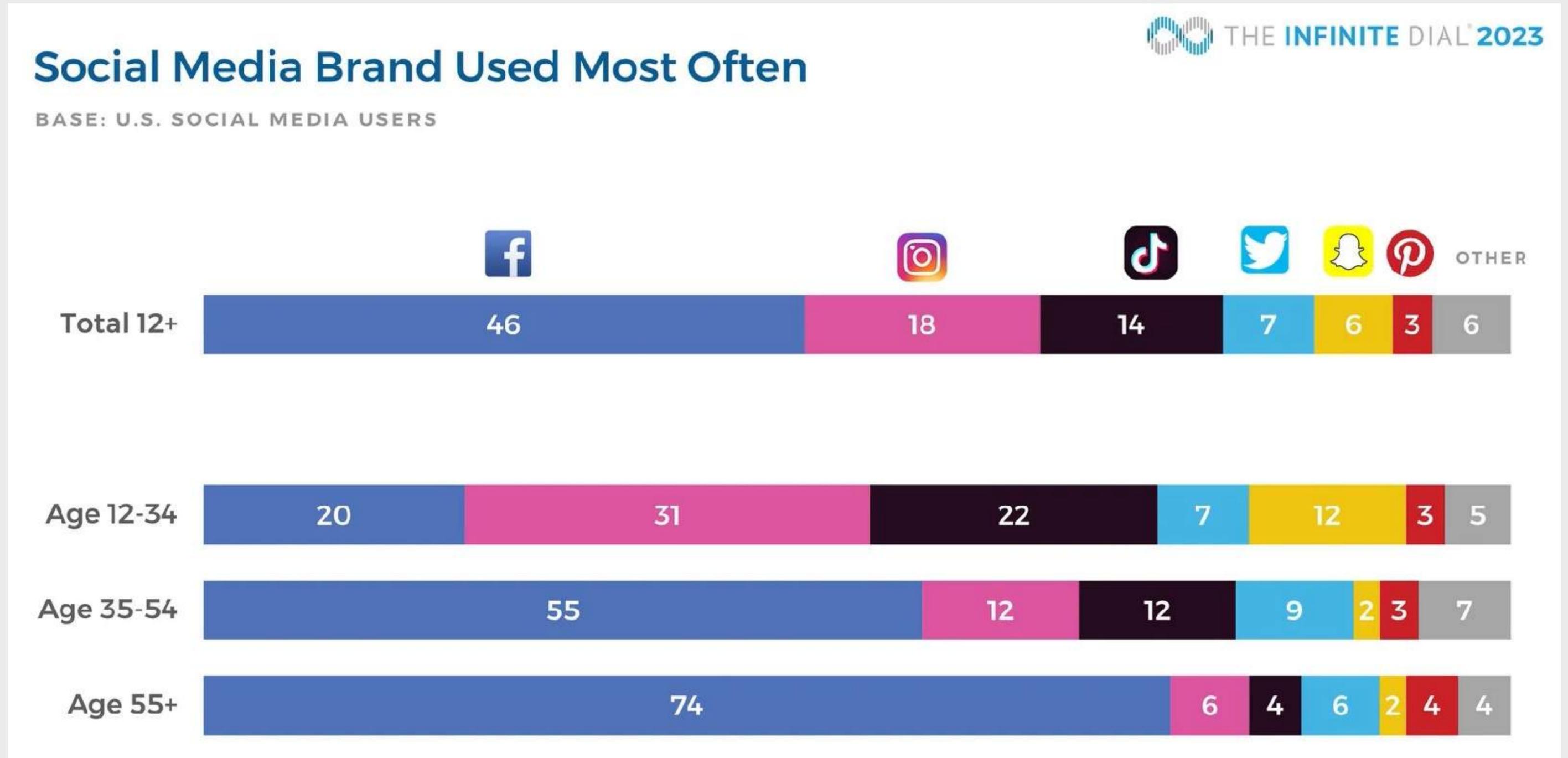
Comment articuler la gestion de comptes institutionnels et personnels ?

Top 20 des directeurs de la communication des grandes entreprises françaises les plus influents sur X
4ème trimestre 2023

#	Nom	Compte	Entreprise
1	Stéphane Fort	@Stephane_Fort	Dassault Aviation
2	Catherine Lescure	@clescure	Enedis
3	Marie-Christine Lanne	@Mc_Lanne	Generali France
4	Caroline Guillaumin	@caroguillaumin	Orange
5	Pierre Auberger	@Pierre_Auberger	Bouygues
6	Ulrike Decoene	@udecoene	AXA
7	Lorella Gessa	@Lorella_Gessa	Vivendi
8	Julien Noronha	@JulienNoronha	BPI
9	Benjamin Perret	@PerretBenjamin	EDF
10	Elsa Chantereau	@ElsaCHANTEREAU	L'Oréal
11	Stéphanie Rismont	@StephRismont	SNCF
12	Yves Barillé	@YBarille	Airbus
13	Elise Hermant	@EliseHermant	BNP Paribas
14	Dominique Wood	@dwbenneteau	Engie
15	Sophie Quatrehomme	@SQuatrehomme	Caisse des Dépôts
16	Jean-François ALLIN	@allinjf	Dalkia
17	Anaïs Lançon	@anaislancon	RATP
18	Laurent Métral	@LMetral44	Crédit Mutuel Alliance Fédérale
19	Carole Trivi	@CaroleTrivi	EDF RE
20	Florence Genon-Catalot	@genoncat	Confédération du Credit Mutuel

*Classement sur la base de 4 critères : taux d'engagement, nombre d'abonnés, ratio abonnements/abonnés, nombre de Posts sur le trimestre

Sommaire

- Introduction

- Présentation détaillée du panorama 2024

- Les grandes tendances

- Les questionnements

- **Conclusion**

Bientôt des contenus synthétiques pour des audiences synthétiques ?
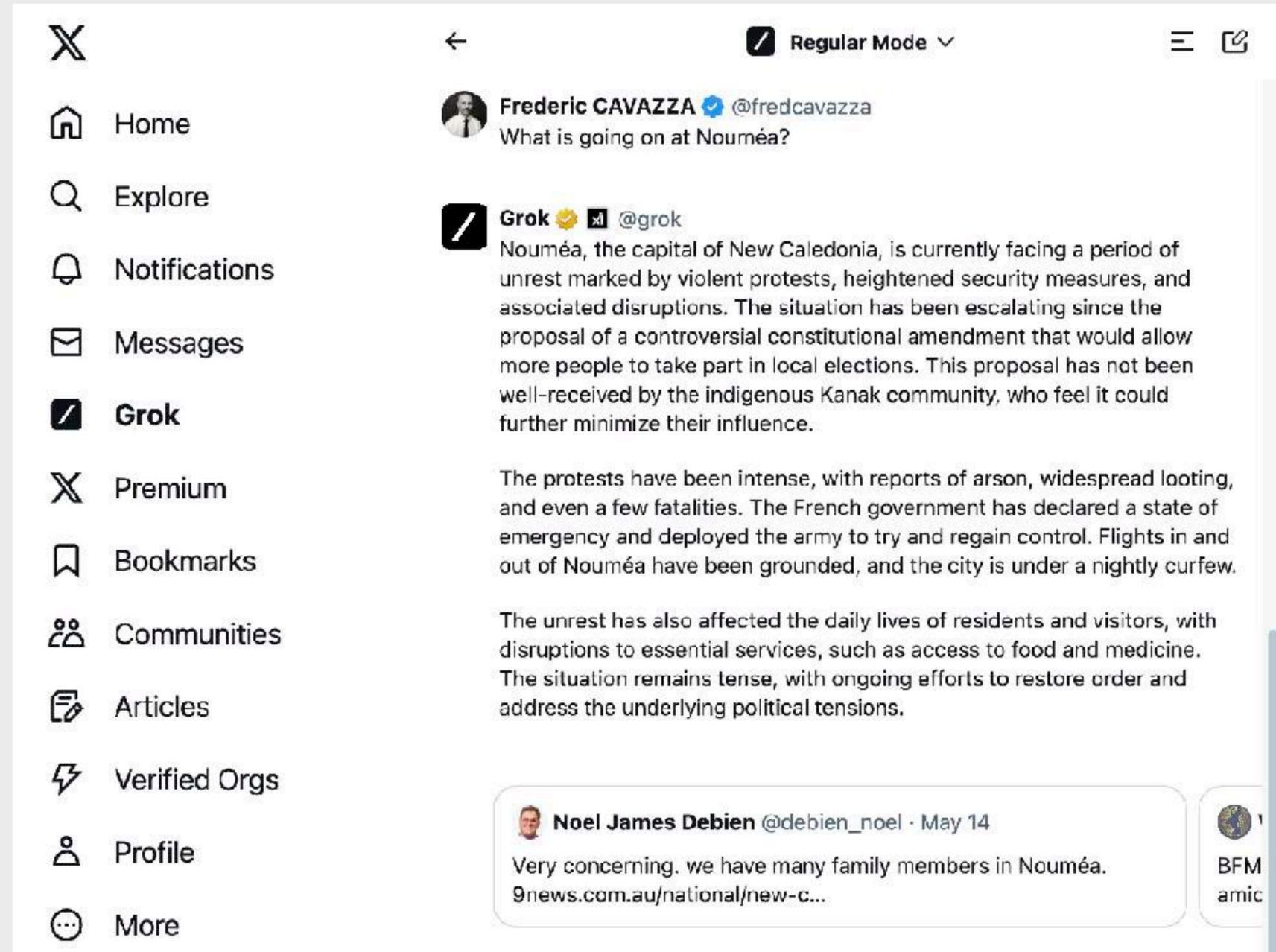
Merci de votre attention