



Ipsos Connect

**IMPACT
D'INSTAGRAM
SUR LES PME
FRANÇAISES**

En raison de l'omniprésence des téléphones portables, il n'a jamais été aussi facile de créer et d'envoyer des vidéos et des photos. En conséquence, de nombreuses petites et moyennes entreprises (PME) se tournent vers les réseaux sociaux pour partager leurs histoires visuelles et inspirer les clients, selon une nouvelle étude commanditée par Instagram. Une récente étude conduite en France examine l'impact d'Instagram pour les PME, les mécanismes avec lesquels Instagram crée de la valeur, et les répercussions de l'essor d'Instagram pour l'avenir de l'entrepreneuriat en France. Nous avons interrogé des décideurs en marketing français au sein de PME qui utilisent Instagram à des fins professionnelles, ainsi que des utilisateurs d'Instagram issus de la population générale en France afin d'évaluer l'usage, les opinions et les comportements sur cette plate-forme.

Pour les PME françaises qui utilisent Instagram, l'impact sur leurs activités a été considérable, leur donnant l'opportunité de changer radicalement la manière dont leur entreprise fonctionne, en étendant leurs activités et en communiquant avec des clients nouveaux et existants. Par exemple, près de la moitié des PME françaises s'accordent à dire que leurs activités sont aujourd'hui plus solides grâce à Instagram et que la plateforme est un outil essentiel pour mener son activité au sein de l'économie mobile.

Leurs réponses – ainsi que celles des utilisateurs – apportent un éclairage sur les mécanismes par lesquels Instagram a un impact économique :

- **Inspirer visuellement les gens** : Deux tiers des entreprises déclarent que les photos et vidéos sur Instagram les aident à inspirer les clients.
- **Aider les entreprises à prospérer grâce au mobile** : 58% déclarent qu' "Instagram est le meilleur moyen de susciter l'intérêt des clients actuels et potentiels ".
- **Être connecté à un public mondial** : 56% des entreprises françaises s'accordent à dire qu' "Instagram est le meilleur moyen d'atteindre les clients actuels et potentiels du monde entier".
- **Simplifier le marketing** : Trois entreprises françaises sur quatre déclarent qu'Instagram est facile à utiliser.
- **Renforcer la confiance** : Environ un tiers des consommateurs français ont une meilleure opinion des entreprises ou produits qui ont un profil Instagram et environ un sur cinq consulte le profil Instagram d'une entreprise avant d'effectuer un achat.
- **Faciliter la découverte** : Six entreprises françaises sur dix déclarent qu' "Instagram est le meilleur moyen pour les consommateurs de découvrir leurs produits/services".

Ce rapport analyse ces mécanismes plus en détail, et fournit des informations supplémentaires sur la manière dont Instagram autonomise les PME et chefs d'entreprise, crée de la valeur pour les consommateurs, et génère de l'impact économique en France. Cette étude fait également état de deux conséquences clés pour l'avenir: premièrement, en raison de la flexibilité qu'Instagram offre, la plate-forme aide les gens – et notamment les femmes – à transformer leurs passions en opportunités professionnelles. Et deuxièmement, les entreprises peuvent abandonner les outils de marketing traditionnels, comme les sites Internet, et investir à la place une partie plus importante de leurs budgets dans leur présence sur les réseaux sociaux.

Note technique

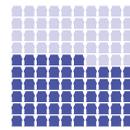
Dans une étude commanditée par Instagram, Ipsos Connect a interrogé un échantillon représentatif de 1 500 utilisateurs d'Instagram, en ligne, âgés d'au moins 13 ans à travers la France ainsi que 300 utilisateurs de compte professionnel Instagram issus de petites et moyennes entreprises (moins de 250 salariés). Les utilisateurs faisant partie de l'échantillon des PME étaient tous, seuls ou conjointement, responsables de la publicité, du marketing, des relations publiques ou de la communication de leur société et utilisaient Instagram pour le compte de leur société. Les entretiens ont été conduits en ligne entre le 2 et le 10 mai 2017.



UNE PME FRANÇAISE SUR DEUX DÉCLARE QU'INSTAGRAM EST UN OUTIL INDISPENSABLE À LA GESTION DE SON ENTREPRISE

53%

POUR 53 % DES PME FRANÇAISES, INSTAGRAM A CONTRIBUÉ À L'AUGMENTATION DES VENTES



PLUS DE LA MOITIÉ (56 %) DES UTILISATEURS AU SEIN DES PME EN FRANCE S'ACCORDENT À DIRE QUE LA PLATE-FORME A AIDÉ LEUR ENTREPRISE À ATTEINDRE SES OBJECTIFS, ENCOURAGEANT AINSI LA CROISSANCE DES VENTES

IMPACT

Au sein du paysage médiatique de plus en plus encombré et complexe des consommateurs, il n'a sans doute jamais été aussi difficile d'attirer l'attention et de se démarquer. Le 'mobile first' devenant la norme pour de nombreux consommateurs, les entreprises commencent à refléter cette tendance dans leurs activités commerciales. Instagram facilite cette évolution et 44% des entreprises interrogées utilisent cette plate-forme au moins une fois par jour.

De nombreuses PME revendiquent une croissance suite à leur engagement et communication avec leurs clients sur Instagram:

- Une PME française sur deux déclare qu'Instagram est un outil indispensable à la gestion de son entreprise.
- Pour 53% des PME françaises, Instagram a contribué à l'augmentation des ventes.
- Plus de la moitié (56%) des utilisateurs au sein des PME en France s'accordent à dire que la plate-forme a aidé leur entreprise à atteindre ses objectifs, encourageant ainsi la croissance des ventes.

Autrement dit, Instagram aide non seulement les PME françaises à être compétitives, mais également à prospérer au sein de l'économie numérique.

MÉCANISMES

Instagram a commencé à fournir des outils organisationnels pour les PME en France en 2016. Déjà l'an dernier, il semblerait que cette plate-forme soit devenue une ressource importante pour de nombreux patrons de PME et une ressource qui les aide à atteindre leurs objectifs.

Pour quelles raisons Instagram s'avère-t-elle être un outil aussi fondamental pour le succès des PME ? Les résultats de notre enquête dénombrent six mécanismes.

1. Inspirer visuellement

Deux tiers des entreprises déclarent que les photos et les vidéos sur Instagram sont idéales pour inspirer les clients.

L'une des forces clés d'Instagram est son attention sur le contenu visuel qui peut toucher et inspirer des clients partout dans le monde. En effet, la possibilité de poster un contenu visuel extrêmement engageant revêt une importance clé dans la proposition de valeur offerte par Instagram aux PME françaises, et deux tiers déclarent que les photos et vidéos sur Instagram sont idéales pour inspirer les clients [66%]. Les conséquences de ce phénomène sont claires : plus de la moitié [54%] des entreprises françaises estiment qu'Instagram est l'une des plates-formes qui les aide à nouer des relations plus profondes et authentiques avec leurs clients, notamment avec des clients jeunes [59%].

Perceptions à l'égard d'Instagram chez les utilisateurs d'Instagram au sein des petites entreprises françaises – [Tout à fait/Plutôt d'accord]



Q: Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes sur votre compte professionnel Instagram? Chez les PME en France (n=300), % 2 premières cases d'une échelle de 1 à 5.

Probablement en raison de la nature inspirante et visuelle d'Instagram, le voyage est un domaine où Instagram a une influence significative sur le comportement des clients. 60 % des utilisateurs en France déclarent que les publications qu'ils voient leur donnent envie de voyager et un peu plus de la moitié [52%] ont découvert de nouveaux lieux et de nouvelles destinations sur Instagram.

Perceptions à l'égard d'Instagram chez les consommateurs français utilisateurs d'Instagram – [Tout à fait/Plutôt d'accord]



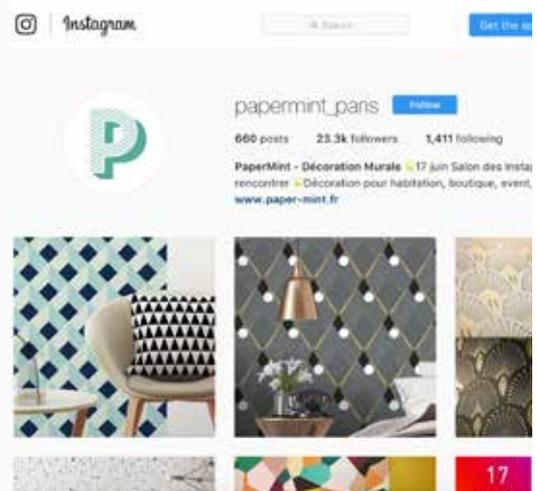
Q: En ce qui concerne maintenant tes voyages à tes vacances, es-tu d'accord ou non avec les affirmations suivantes sur Instagram? Chez les consommateurs en France (n=1500), % 2 premières cases d'une échelle de 1 à 5.

Papermint: Découvrir avec Instagram

Alexandra Bruel et son père Jean Marc sont les fondateurs de PaperMint, une entreprise qui conçoit et fabrique du papier-peint décoratif. Le duo père-fille a créé un profil Instagram lors du lancement de leur entreprise pour gagner de la visibilité. Instagram constitue désormais un pourcentage crucial de leur business. Selon un

sondage effectué dans la boutique de PaperMint, la majorité de ses clients a découvert la marque sur Instagram. Contrairement à ce que l'on pourrait imaginer, c'est Jean Marc, 56 ans, et non sa fille de 28 ans qui gère leur compte Instagram!

Source
Instagram, Juin 2017



2. Aider les entreprises à prospérer grâce au mobile

58% des PME françaises s'accordent à dire qu' "Instagram est le meilleur moyen de susciter l'intérêt des clients actuels et potentiels sur téléphone portable".

Afin que les PME prospèrent au sein de l'économie mobile émergente, les méthodes employées pour toucher et fidéliser de nouveaux clients doivent évoluer et s'adapter pour garantir une croissance. Les réseaux sociaux sont une composante clé de cet écosystème. Dans notre étude, un peu plus de la moitié des PME s'accordent à dire que leur profil « Instagram est le meilleur moyen de trouver de nouveaux clients », démontrant que cette plate-forme est perçue comme un outil essentiel pour faciliter l'acquisition de nouveaux clients en France.

Perceptions à l'égard d'Instagram chez les utilisateurs d'Instagram au sein des petites entreprises françaises – [Tout à fait/Plutôt d'accord]

59%
PERMET D'ÉTABLIR UNE CONVERSATION
ENTRE MON ENTREPRISE ET MES CLIENTS

55%
EST LE MEILLEUR MOYEN DE
TROUVER DE NOUVEAUX CLIENTS

60%
PERMET DE RÉPONDRE RAPIDEMENT
AUX CLIENTS ACTUELS ET POTENTIELS

56%
AIDE MON ENTREPRISE À
ATTEINDRE SES OBJECTIFS

Q: Dans quelle mesure considérez-vous que chacune des propositions suivantes s'applique à Instagram?
Chez les PME en France (n=300) (n=300), % 2 premières cases d'une échelle de 1 à 5.

3. Être connecté à un public international

56% des entreprises françaises s'accordent à dire qu' "Instagram est le meilleur moyen d'atteindre les clients actuels et potentiels du monde entier".

À l'image de nombreux réseaux sociaux aujourd'hui, la présence mobile prédominante d'Instagram permet aux PME en France de toucher des clients existants et potentiels à tout moment donné, partout dans le monde. En conséquence, les PME peuvent toucher de nouveaux publics locaux et internationaux avec des budgets relativement modestes depuis leur smartphone. En effet, 56% des PME françaises déclarent "qu'Instagram est le meilleur moyen d'atteindre les clients actuels et potentiels du monde entier". En outre, six sur dix s'accordent à dire qu'Instagram les aide à être connectées à des clients locaux, ainsi qu'à ceux d'autres villes et régions en France. Ainsi, que la portée désirée soit mondiale, nationale, ou locale, les PME françaises se tournent vers Instagram pour être connectées à leurs publics cibles et leur donner envie.

Perceptions à l'égard d'Instagram chez les utilisateurs d'Instagram au sein des petites entreprises françaises – [Tout à fait/Plutôt d'accord]



Q: Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes sur votre compte professionnel Instagram? Chez les PME en France (n=300), % 2 premières cases d'une échelle de 1 à 5.

Coucou Suzette: Utiliser Instagram connecte avec les cibles globales

Juliette Mallet, 29 ans, a trouvé l'inspiration pour sa gamme d'accessoires, qui comprend des pins, chaussettes et des bijoux, lors d'un voyage à Tokyo où elle tombe amoureuse de l'univers kitsch qu'elle y a découvert. Au départ, Juliette ne s'imaginait pas entrepreneuse. Elle a créé un compte Instagram pour partager ses créations, sources d'inspiration, esquisses et

recherches. Un jour, elle a publié sur Instagram une photo d'une bague fabriquée pour une amie. Après avoir reçu quasi instantanément un nombre impressionnant de commandes, Juliette a décidé de vendre ses créations. Aujourd'hui, elle attribue 80% de son succès professionnel à Instagram. Après chaque publication, elle reçoit des commandes quasi

instantanément. La plateforme lui a également permis de toucher un public international – une grande partie de ses clients viennent des Etats-Unis - ainsi que de collaborer avec des grandes marques telles que Sephora, No Name ou Kiehl's, qui l'ont découvert sur Instagram.

Source
Instagram, Juin 2017

4. Simplifier le marketing

Près de deux tiers (64%) des PME françaises qui utilisent Instagram s'accordent à dire que le compte professionnel Instagram de leur société est simple et facile à utiliser.

Les PME ont besoin d'outils simples d'utilisation et intuitifs et elles estiment qu'Instagram offre cette fonctionnalité : 64% des PME de notre échantillon s'accordent à dire que leur compte professionnel Instagram est facile à utiliser. En outre, 77% des consommateurs français partagent l'idée selon laquelle Instagram est une application conviviale et facile à utiliser. Pris dans leur ensemble, ces résultats suggèrent qu'Instagram est un moyen visuel simple de connecter les entreprises aux consommateurs. En outre, les entreprises françaises partagent également du contenu facilement sur des plates-formes, plus de la moitié s'accordant à dire qu'elles partagent le même contenu ou un contenu similaire aussi bien sur Facebook que sur Instagram, maximisant de ce fait l'efficacité, ainsi que le potentiel.

5. Renforcer la confiance

Près d'un consommateur français sur cinq consulte le profil Instagram d'une entreprise avant de faire un achat.

Les profils d'entreprises Instagram peuvent renforcer la confiance entre les PME et les consommateurs. Dans l'ensemble, environ un tiers des consommateurs français ont une plus haute estime des entreprises qui ont un profil Instagram que celles qui ne sont pas présentes sur la plate-forme.

Il n'est, par conséquent, pas surprenant que les utilisateurs français consultent Instagram non seulement pour trouver l'inspiration, mais également pour faciliter leur prise de décision. Notre étude montre que près d'un utilisateur sur cinq (18%) en France consulte le profil d'une entreprise avant de faire un achat, laissant entendre qu'Instagram devient un point de contact important avec la clientèle pour les PME.

Perceptions à l'égard d'Instagram chez les consommateurs françaises utilisateurs d'Instagram
– [Tout à fait/Plutôt d'accord]

30%

J'AI UN AVIS PLUS POSITIF
SUR LES ENTREPRISES OU
PRODUITS QUI ONT UN
PROFIL INSTAGRAM

32%

JE SUIS DÉJÀ ALLÉ(E) DANS UN
PETIT COMMERCE, UN RESTAURANT
OU UN MAGASIN APRÈS L'AVOIR
REPÉRÉ SUR INSTAGRAM

Q: Dans quelle mesure es-tu d'accord ou non avec les affirmations suivantes sur Instagram? Chez les consommateurs en France (n=1500), % 2 premières cases d'une échelle de 1 à 5.

6. Faciliter la découverte

Six utilisateurs au sein des PME françaises sur dix estiment qu'Instagram est le "meilleur moyen pour les consommateurs de découvrir leurs produits/services".

Promouvoir leur marque et leurs produits est une difficulté majeure pour les PME et les résultats de cette étude suggèrent qu'une présence sur les réseaux sociaux peut être d'une aide très précieuse. Près de deux tiers (61%) des PME interrogées s'accordent à dire qu'Instagram est "le meilleur moyen pour les consommateurs de découvrir leurs produits ou services".

Perceptions à l'égard d'Instagram chez les utilisateurs d'Instagram au sein des petites entreprises françaises – [Tout à fait/Plutôt d'accord]

57%

ME PERMET D'ATTEINDRE
MON PUBLIC CIBLÉ

61%

EST LE MEILLEUR MOYEN
POUR LES CONSOMMATEURS
DE DÉCOUVRIR MES
PRODUITS/SERVICES

Q: Dans quelle mesure considérez-vous que chacune des propositions suivantes s'applique à Instagram? Chez les PME en France (n=300) [n=300], % 2 premières cases d'une échelle de 1 à 5.

Perceptions à l'égard d'Instagram chez les consommateurs françaises utilisateurs d'Instagrams – [Tout à fait/Plutôt d'accord]

32%

J'AI DÉJÀ ACHETÉ UN
PRODUIT QUE J'AI VU
SUR INSTAGRAM

33%

PERMET DE DÉCOUVRIR
DE BONNES AFFAIRES

Q: Dans quelle mesure es-tu d'accord ou non avec les affirmations suivantes sur Instagram? Chez les consommateurs en France (n=1500), % 2 premières cases d'une échelle de 1 à 5.

Ces sentiments de découverte se retrouvent assurément chez les consommateurs, dont 33 % s'accordent à dire que la plate-forme permet de découvrir de bonnes affaires. La même proportion de consommateurs français a acheté un produit vu sur Instagram. Ces tendances, comme on pouvait peut-être s'y attendre, sont amplifiées chez un public plus jeune, laissant entendre que les entreprises doivent adopter des stratégies de marketing mobile pour séduire un public qui disposera bientôt d'un plus grand pouvoir d'achat.



Aÿ Cactus : Inspirer visuellement les clients

Ay Cactus, une entreprise qui vend des cactus décoratifs dans des pots personnalisables, a été fondée par Coralie et Clémentine, deux entrepreneuses d'une vingtaine d'années. Pour Aÿ Cactus, Instagram est le meilleur moyen de se faire découvrir par ses clients. En

effet, lors de l'ouverture de leur boutique éphémère, 75% de leurs clients ont confié avoir connu leur marque et boutique sur Instagram. « C'est le réseau social le plus visuel, » témoignent-elles. "Nous l'utilisons au quotidien".

Source
Instagram, Juin 2017

CONCLUSIONS

Instagram offrant des outils aux PME françaises depuis à peine un an environ, nous nous attendons à ce que les tendances exposées ici s'amplifient au fil du temps. Ceci étant dit, notre étude fait état de deux conséquences concernant la manière dont Instagram peut remodeler le paysage des entreprises en France:

1. Valoriser les capacités des femmes chefs d'entreprise

Instagram crée un lieu d'expérimentation flexible pour de nouvelles idées commerciales. En effet, 57% des entrepreneurs interrogés sont d'accord avec le fait qu' "Instagram leur donne la flexibilité de développer une activité compatible avec leur emploi du temps". En conséquence, Instagram aide les femmes à percer sur le marché. Presque six entreprises utilisatrices d'Instagram sur dix (58%) en France sont d'accord avec le fait qu'Instagram crée des opportunités pour les entrepreneuses et 45 % des femmes interrogées s'accordent pour dire qu'Instagram les a aidées à transformer leur passion en activité professionnelle.

Perceptions à l'égard d'Instagram chez les utilisateurs d'Instagram au sein des petites entreprises françaises – [Tout à fait/Plutôt d'accord]

57%
INSTAGRAM ME DONNE LA
FLEXIBILITÉ DE DÉVELOPPER
UNE ACTIVITÉ COMPATIBLE
AVEC MON EMPLOI DU TEMPS

58%
INSTAGRAM CRÉE
DES OPPORTUNITÉS
POUR LES
ENTREPRENEUSES

Q: Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes sur votre compte professionnel Instagram? Chez les PME en France Hommes (n=183) Femmes (n=117), % 2 premières cases d'une échelle de 1 à 5.

2. Réallocation des ressources marketing

Instagram fait évoluer la manière dont les PME et les responsables marketing affectent leurs budgets et planifient leurs stratégies correspondantes. Les sites Internet étaient traditionnellement un outil de marketing numérique privilégié par les PME en France. Mais force est de constater que la manière dont les entreprises communiquent et touchent les clients évolue, un changement accéléré par les plates-formes mobiles qui permettent de toucher facilement des centaines de millions de personnes à travers le monde.

Ceci se reflète dans le fait que près de la moitié des utilisateurs au sein des PME en France préfèrent orienter les clients vers leur profil Instagram plutôt que vers leur site internet. Environ un quart (22%) des dirigeants de PME envisagent déjà de consacrer plus de temps et de ressources à Instagram.

1 OCDE, 2016. Entrepreneurship at a Glance. Disponible à <http://www.oecd.org/std/business-stats/entrepreneurship-at-a-glance-22266941.htm>

CONTACTS:

Instagram

Mélanie Agazzone

melanie@instagram.com

Ipsos Connect

Adam Isaacson

Adam.Isaacson@ipsos.com



Ipsos Connect

