

LE DE-INFLUENCING



Marie Groleas Clara Turan Léna Lartigue

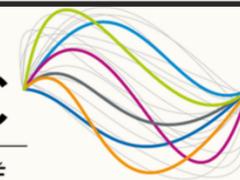
Ok



INFO-COM

UBFC

UNIVERSITÉ
BOURGOGNE FRANCHE-COMTÉ

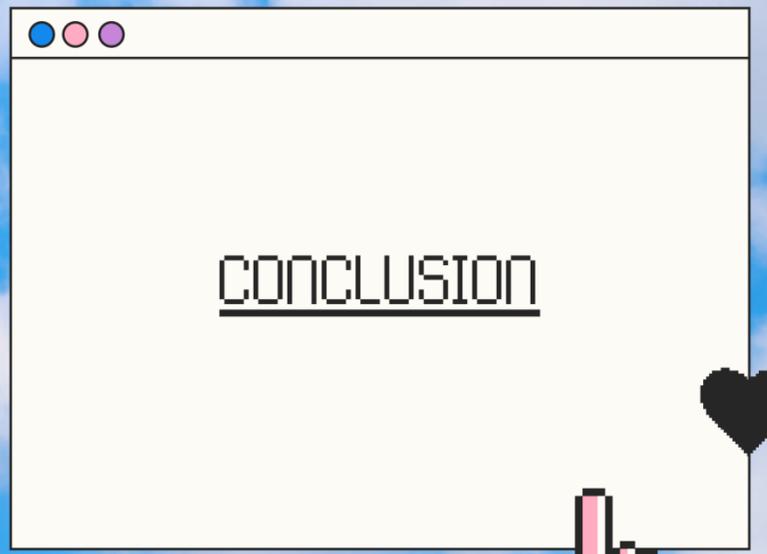
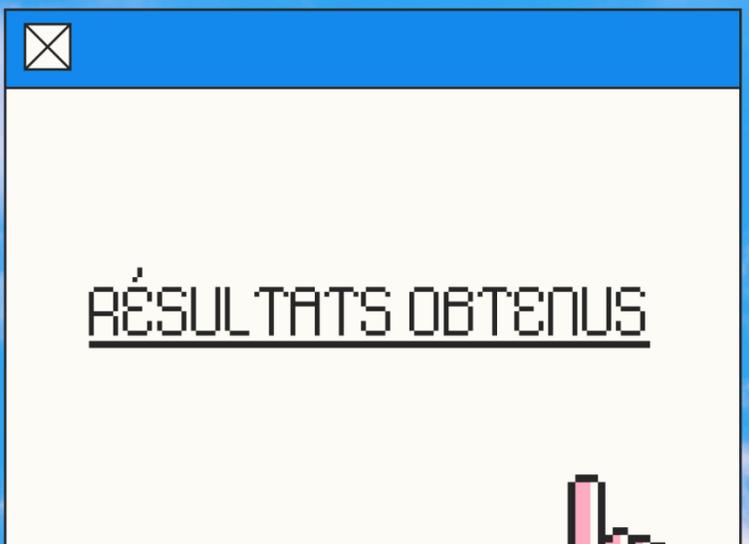


Astuce : créez des hyperliens pour naviguer à travers les pages de votre présentation.

Comment faire : sélectionnez le texte, cliquez sur le symbole du lien dans la barre d'outils et sélectionnez la page vers laquelle vous souhaitez vous diriger.

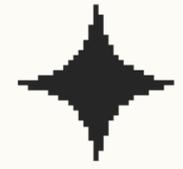
SOMMAIRE

Les sujets traités





CONTEXTE



RETOUR À LA VUE
D'ENSEMBLE



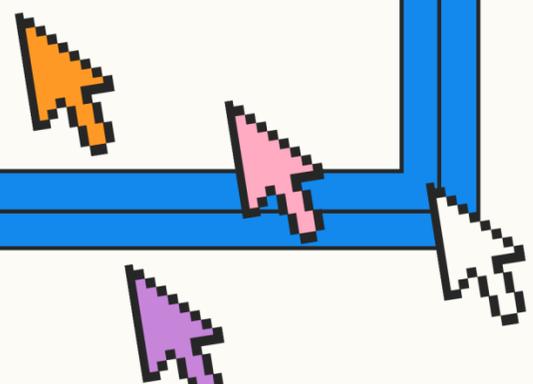
DÉFINITION GÉNÉRALE



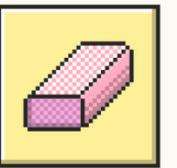
Un sentiment communautaire
La génération Z
S'abstenir d'acheter

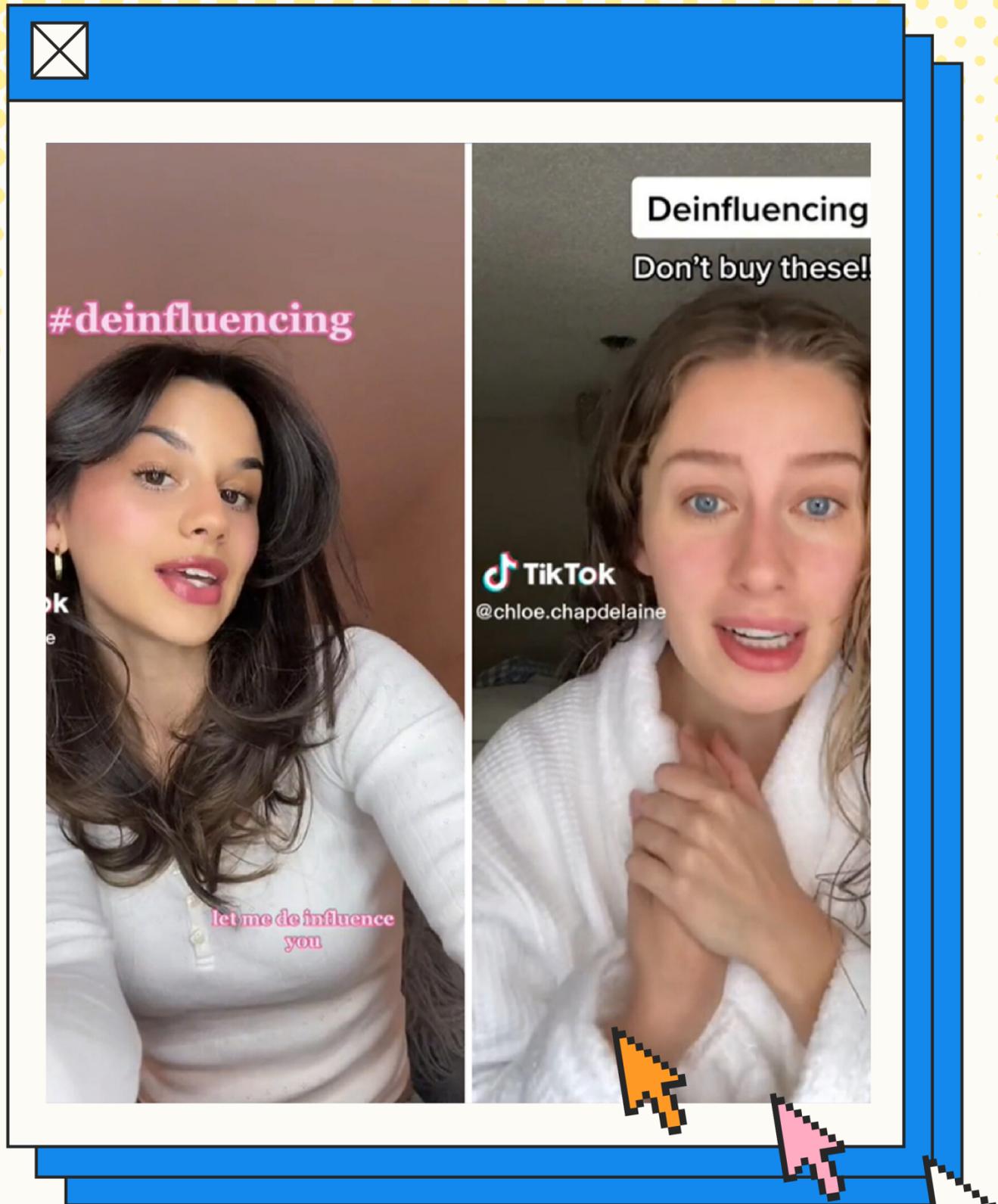


«C'est une pratique qui consiste à dire pour un influenceur : "N'achetez pas ça". C'est un conseil de non-achat ou non-utilisation d'un produit ou d'un service»



RETOUR À LA VUE
D'ENSEMBLE





CONTEXTE ÉCONOMIQUE ET ENVIRONNEMENTAL

Sensibilité face à notre impact
environnemental
Perte de leur authenticité auprès
de leur communauté
Alternatives plus économiques,
écologiques ou qualitatives.

RETOUR À LA VUE
D'ENSEMBLE





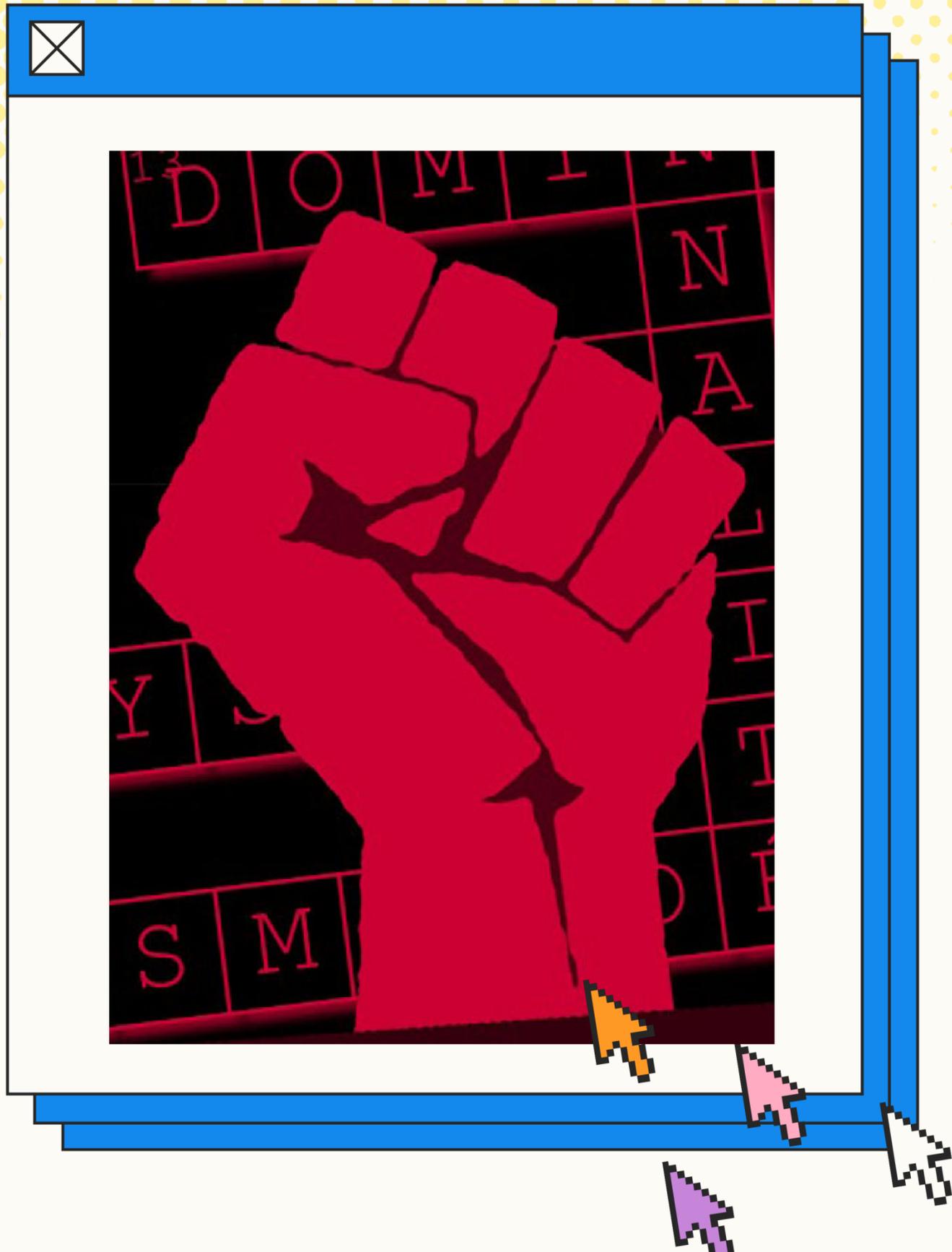
✕

i

NOTIONS

RETOUR À LA VUE D'ENSEMBLE

A pixelated trash can icon with a lid and vertical lines on the body, located in the bottom-right area of the white window.

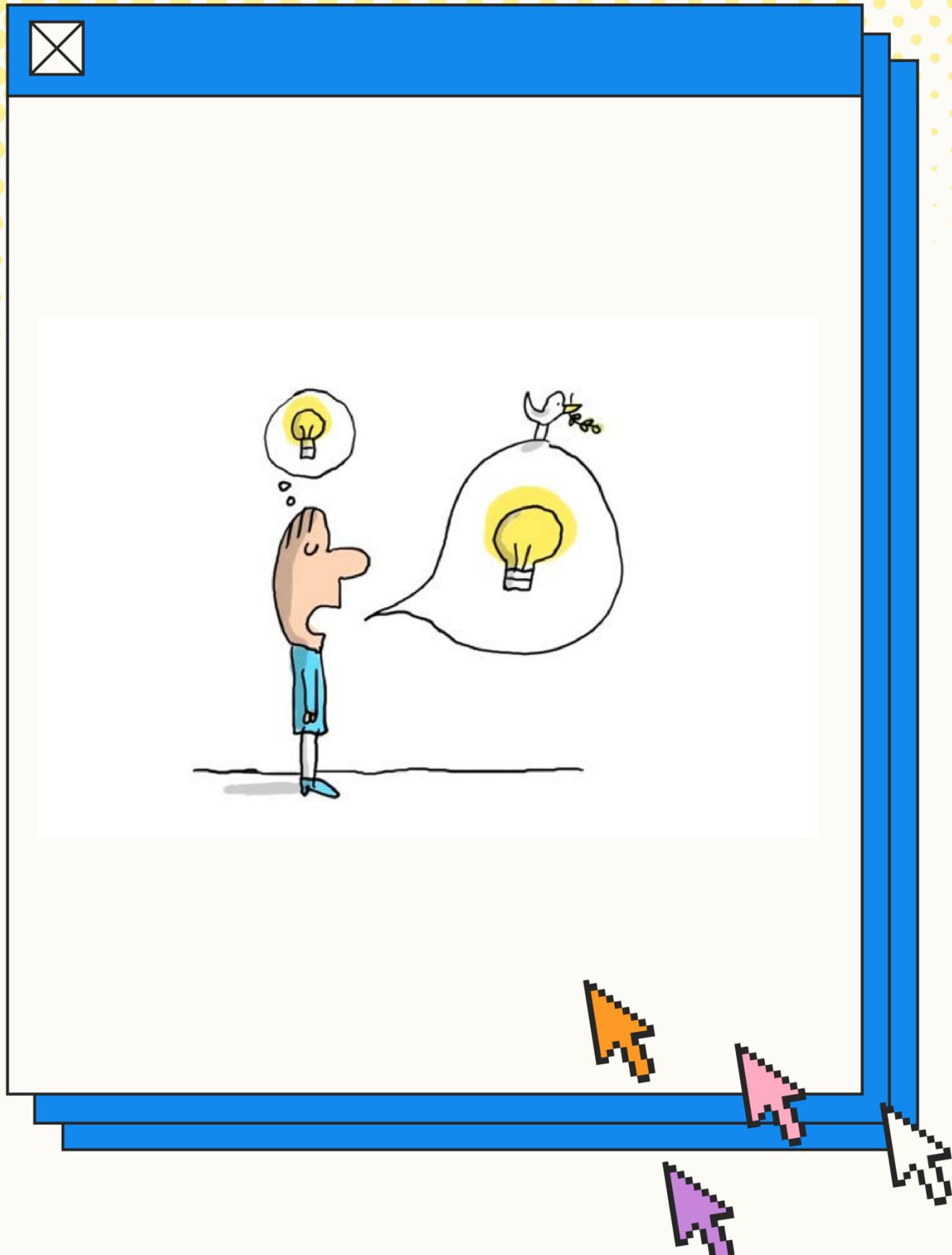


CONTRE-POUVOIR

Un équilibre entre eux et les influenceurs
Inverser les rôles, proposer eux-mêmes
des produits
Agentivité

RETOUR À LA VUE
D'ENSEMBLE





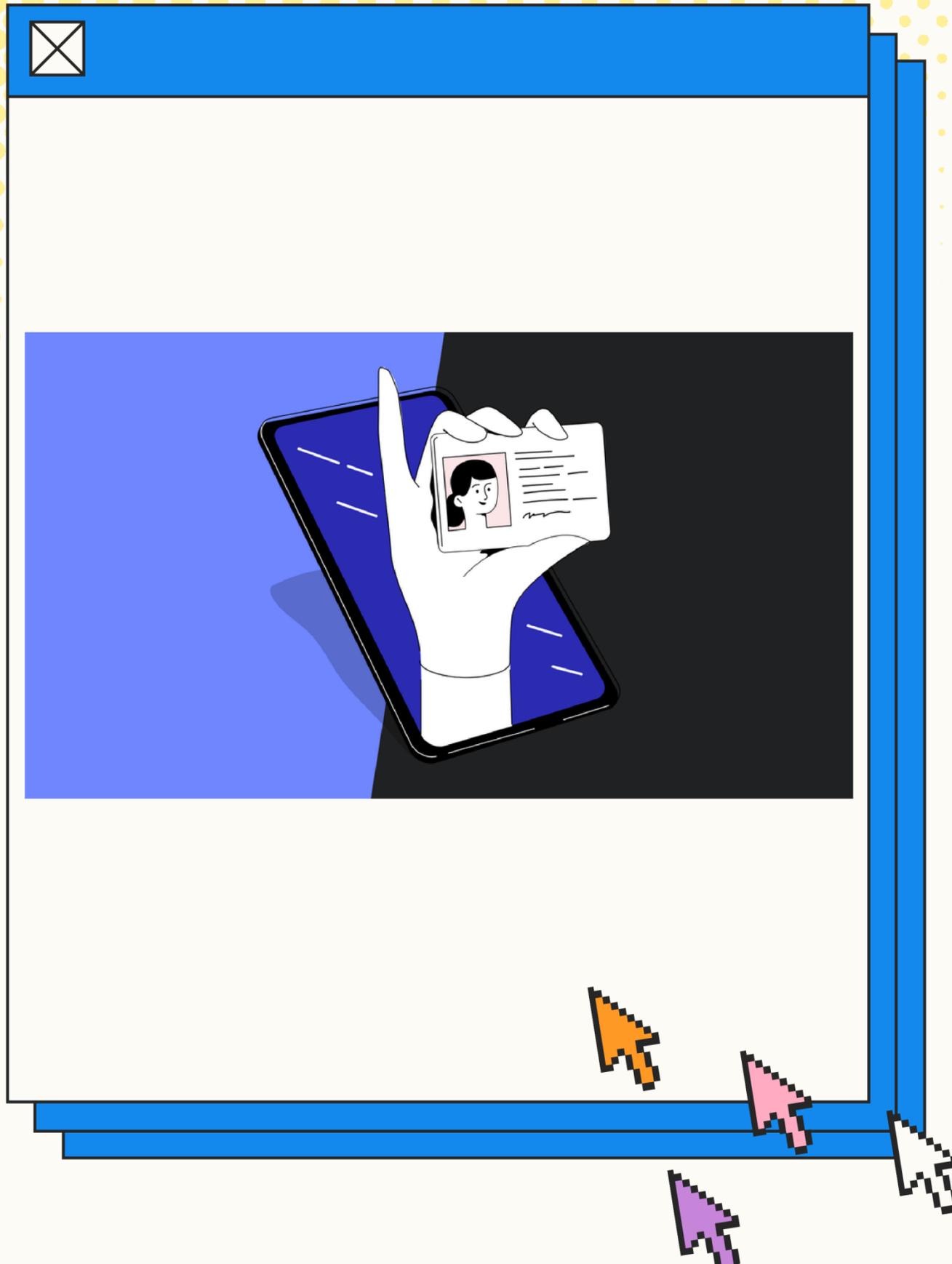
LIBERTÉ D'EXPRESSION

Revenir à la source des réseaux sociaux
Aller contre les influenceurs
Un hashtag

RETOUR À LA VUE
D'ENSEMBLE



IDENTITÉ NUMÉRIQUE



L'image que les consommateurs exposent d'eux

Affirmer une opinion

Dominique Cardon

- l'identité civile
- l'identité agissante
- l'identité narrative

le capital de notoriété

RETOUR À LA VUE
D'ENSEMBLE



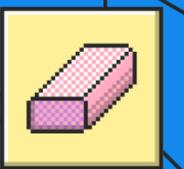


✕

i

RÉSULTATS OBTENUS

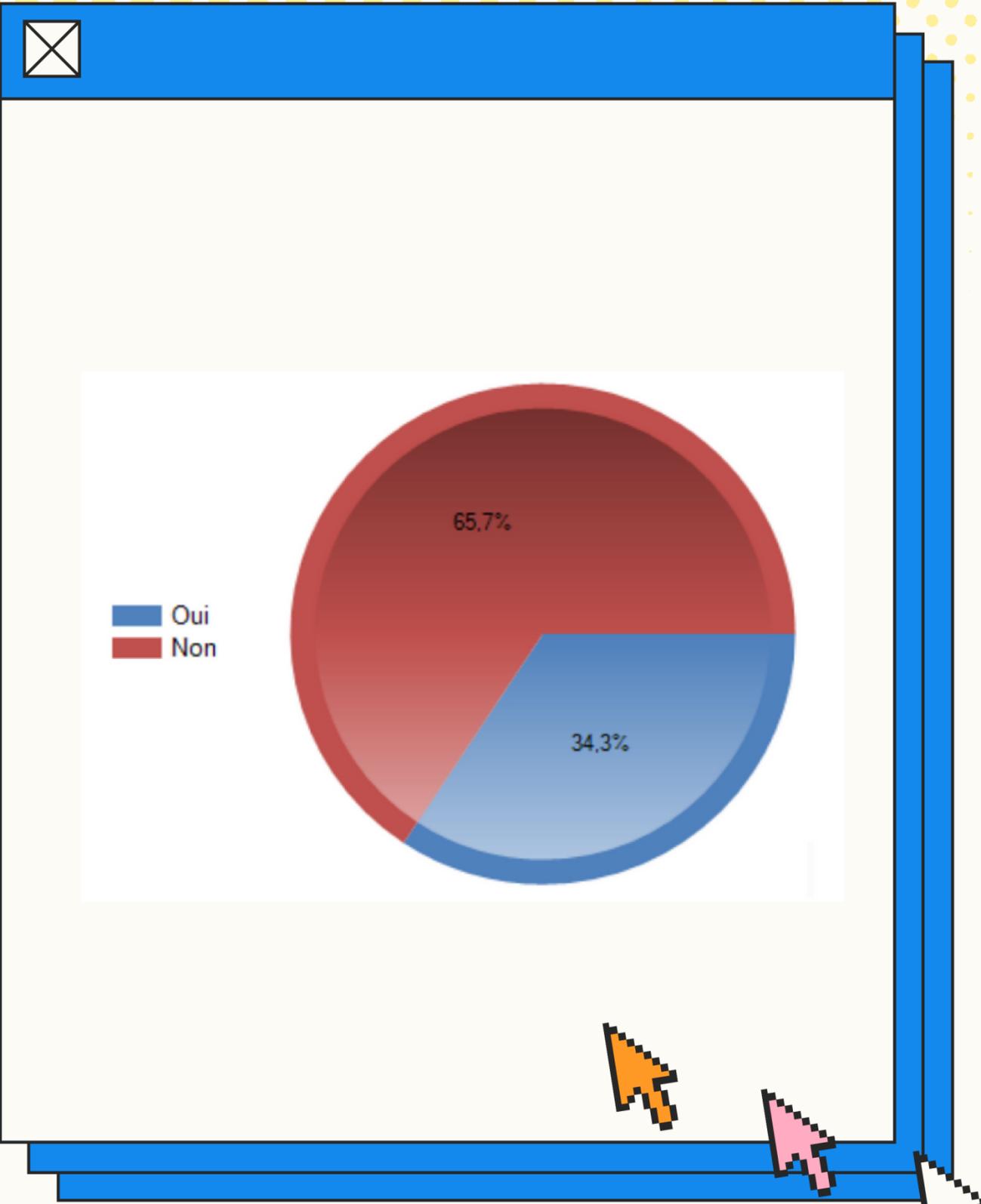
RETOUR À LA VUE D'ENSEMBLE

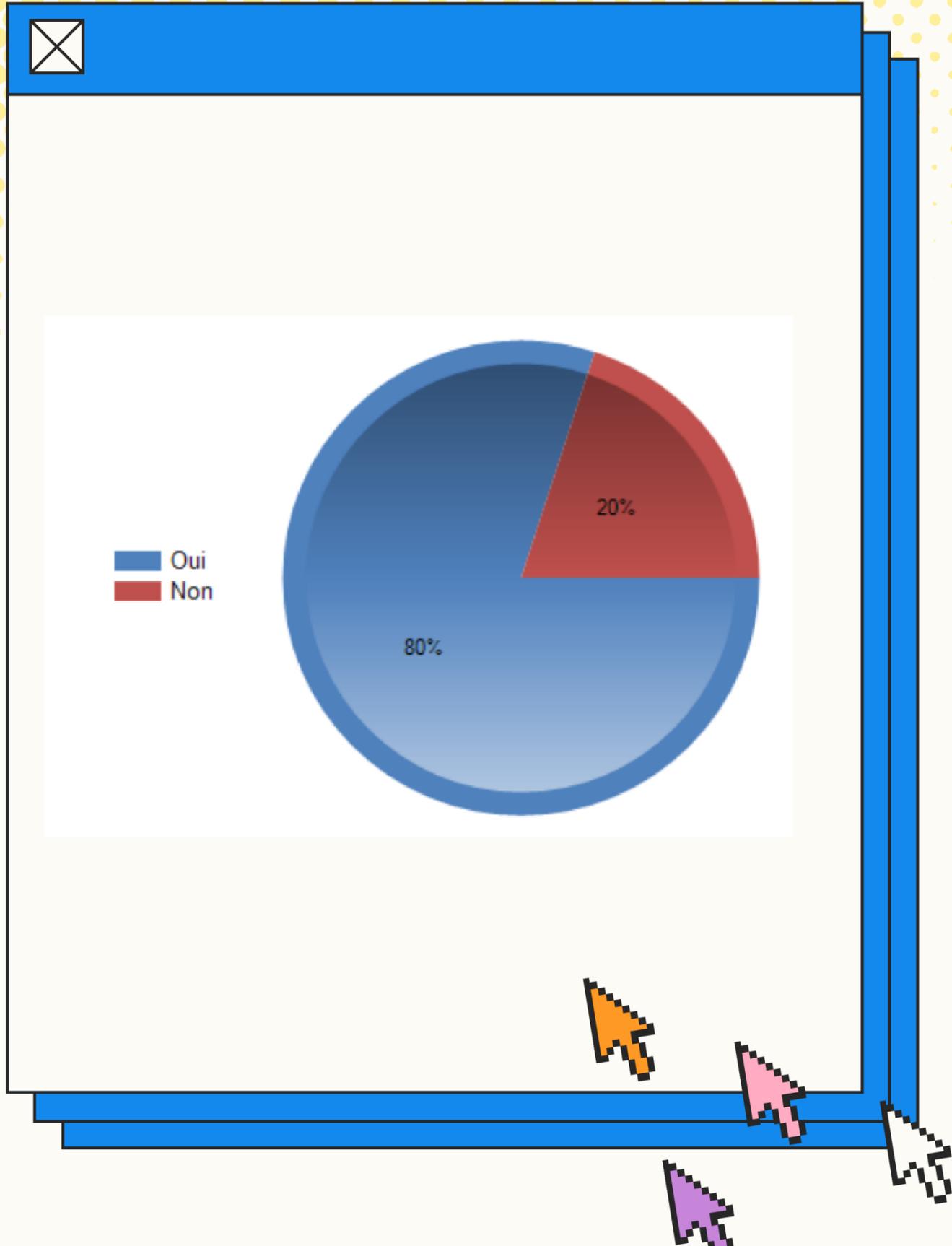


CONNAISSÉZ VOUS LE DE-INFLUENCING ?

Lorsqu'on cite le nom, seulement 34,3% des personnes connaissent le de influencing.

RETOUR À LA VUE D'ENSEMBLE

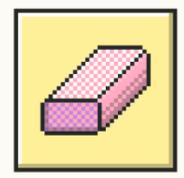




CONNATISSEZ VOUS LE DE-INFLUENCING ?

Mais quand on donne la définition...

RETOUR À LA VUE D'ENSEMBLE



Connaissiez vous le ... →

Votre âge ↓	Oui		Non		Total	
	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.
15	0	0%	1	100%	1	100%
16	0	0%	1	100%	1	100%
17	0	0%	1	100%	1	100%
18	5	33,3%	10	66,7%	15	100%
19	3	50%	3	50%	6	100%
20	1	16,7%	5	83,3%	6	100%
21	1	100%	0	0%	1	100%
23	1	100%	0	0%	1	100%
29	1	100%	0	0%	1	100%
51	0	0%	1	100%	1	100%
53	0	0%	1	100%	1	100%
Total	12	34,3%	23	65,7%	35	

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Réponses effectives : 35 Non-réponse(s) : 0 Taux de réponse : 100%

0 20 40 60 80 100

■ Oui ■ Non

PAR RAPPORT À LEUR ÂGE

En dessous de 18 ans, les personnes ne connaissent pas cette pratique.
21 à 29 ans, une majorité

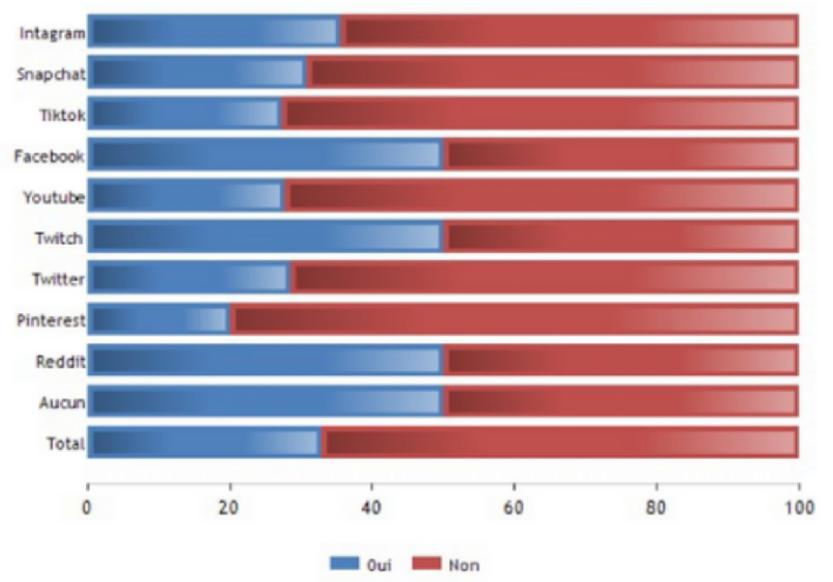
RETOUR À LA VUE D'ENSEMBLE



Connaissez vous le ... → Sur quels réseaux s... ↓	Oui		Non		Total	
	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.
Instagram	11	35,5%	20	64,5%	31	100%
Snapchat	4	30,8%	9	69,2%	13	100%
Tiktok	3	27,3%	8	72,7%	11	100%
Facebook	2	50%	2	50%	4	100%
Youtube	5	27,8%	13	72,2%	18	100%
Twitch	2	50%	2	50%	4	100%
Twitter	2	28,6%	5	71,4%	7	100%
Pinterest	1	20%	4	80%	5	100%
Reddit	1	50%	1	50%	2	100%
Aucun	1	50%	1	50%	2	100%
Total	32	33%	65	67%	97	

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.
La somme des lignes et ou des colonnes est différente de nombre d'observations du fait des réponses multipl

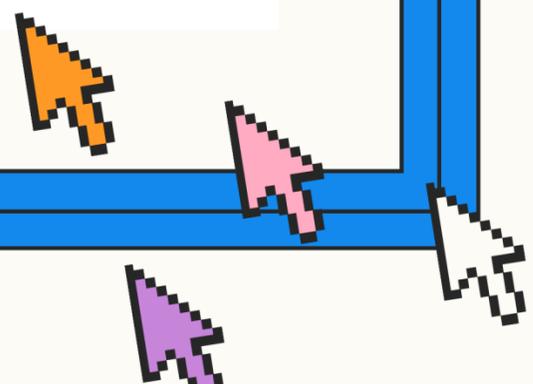
Réponses effectives : 35 Non-réponse(s) : 0 Taux de réponse : 100%

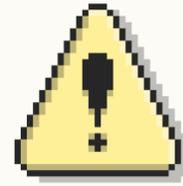
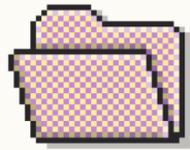


PAR RAPPORT AUX RÉSEAUX SOCIAUX UTILISÉS

Facebook, Twitch et Reddit

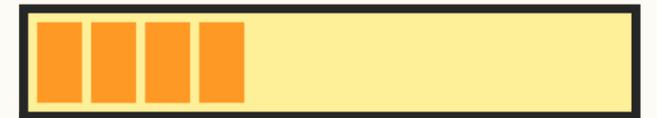
RETOUR À LA VUE D'ENSEMBLE





15

QUEL EST L'IMPACT QUE LE DE INFLUENCING CAUSE SUR LES INTERNETES ?



RETOUR À LA VUE
D'ENSEMBLE



EN FONCTION DE L'ÂGE

Plus on est âgé, plus on agit

RETOUR À LA VUE D'ENSEMBLE

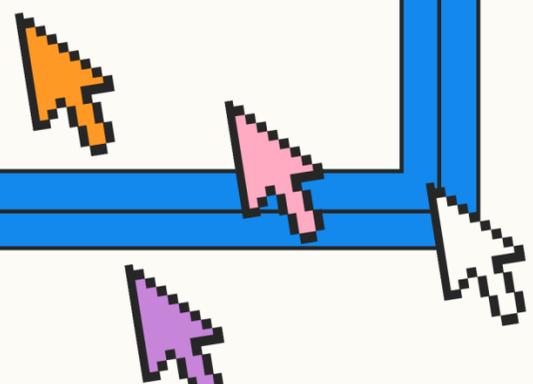


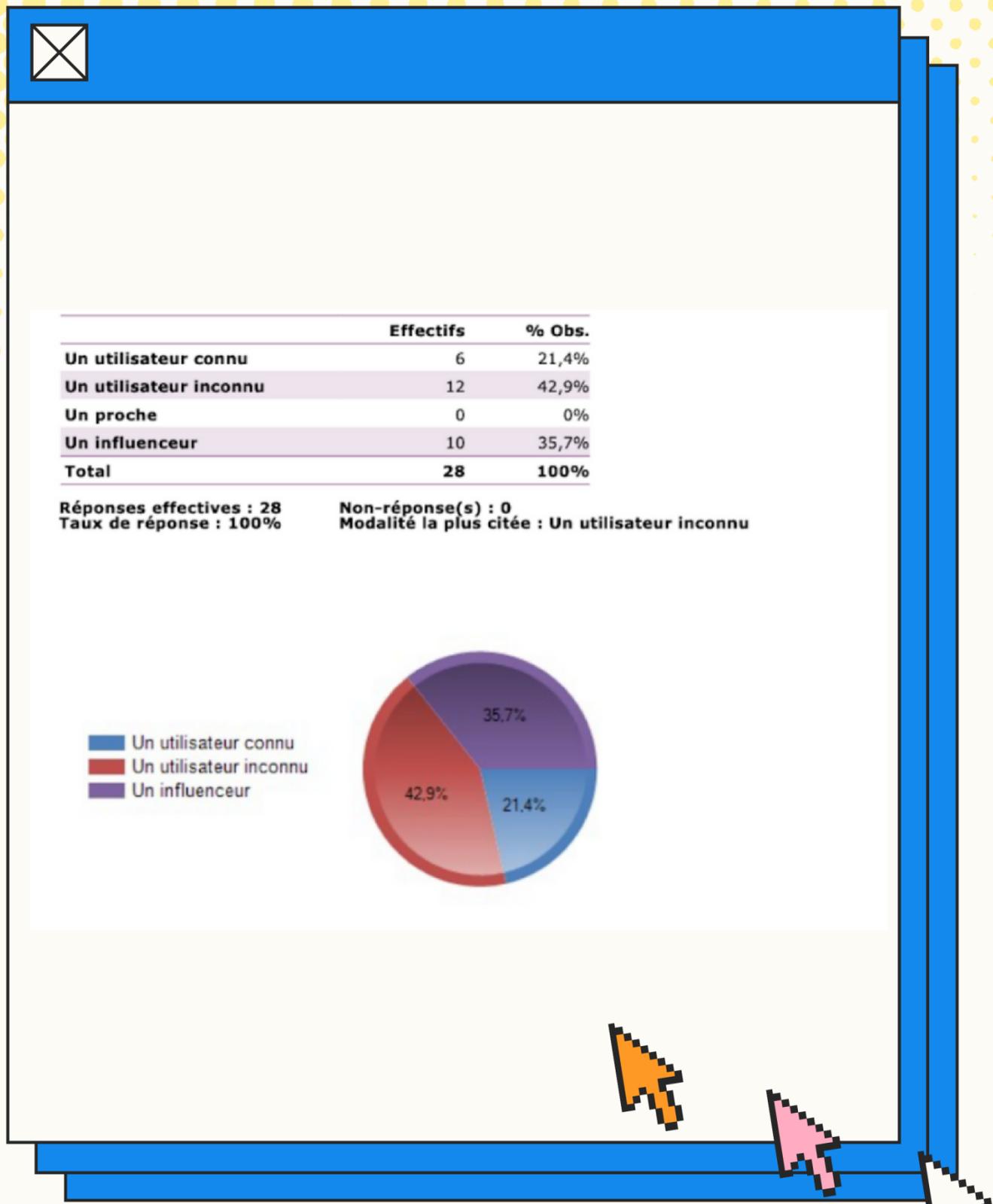
✕

L'impact sur vous ?	→ Cela m'a fait réfléchir		J'ai décidé de ne pas acheter le produit		Je me suis abonné au compte		J'ai partagé la publication		J'ai liké	
Votre âge ↓	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.
15	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
16	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
17	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%
18	7	53,8%	6	46,2%	2	15,4%	1	7,7%	0	0%
19	2	40%	2	40%	0	0%	0	0%	0	0%
20	2	66,7%	2	66,7%	1	33,3%	0	0%	0	0%
21	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
23	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%
29	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
51	0	0%	0	0%	1	100%	1	100%	0	0%
53	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Total	12	20%	11	18,3%	5	8,3%	2	3,3%	0	0%

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.
La somme des lignes et ou des colonnes est différente du nombre d'observations du fait des réponses multiples.

Réponses effectives : 28 Non-réponse(s) : 0 Taux de réponse : 100%



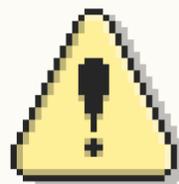


PAR QUI EST PRATIQUÉ LE DE INFLUENCING ?

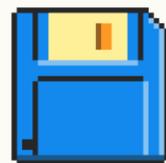
Pratiqué par des utilisateurs non connus

RETOUR À LA VUE D'ENSEMBLE

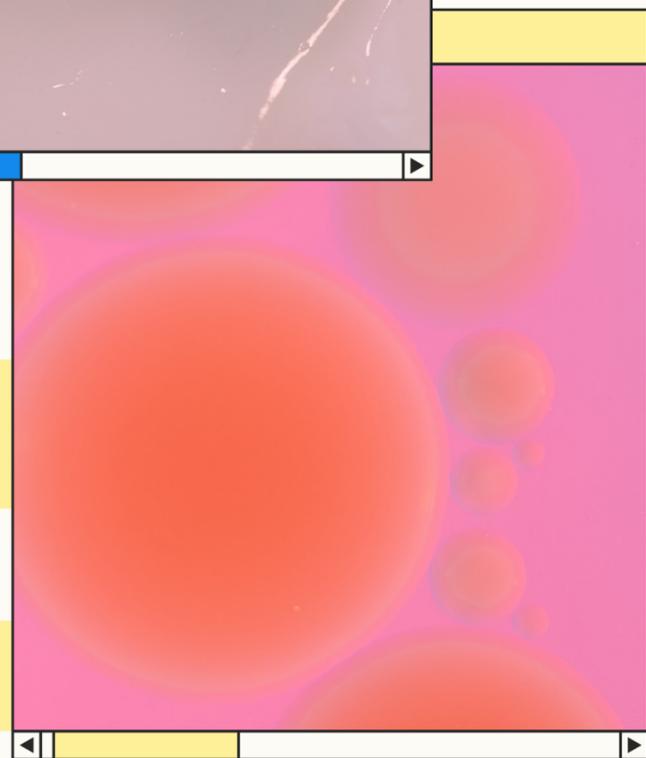
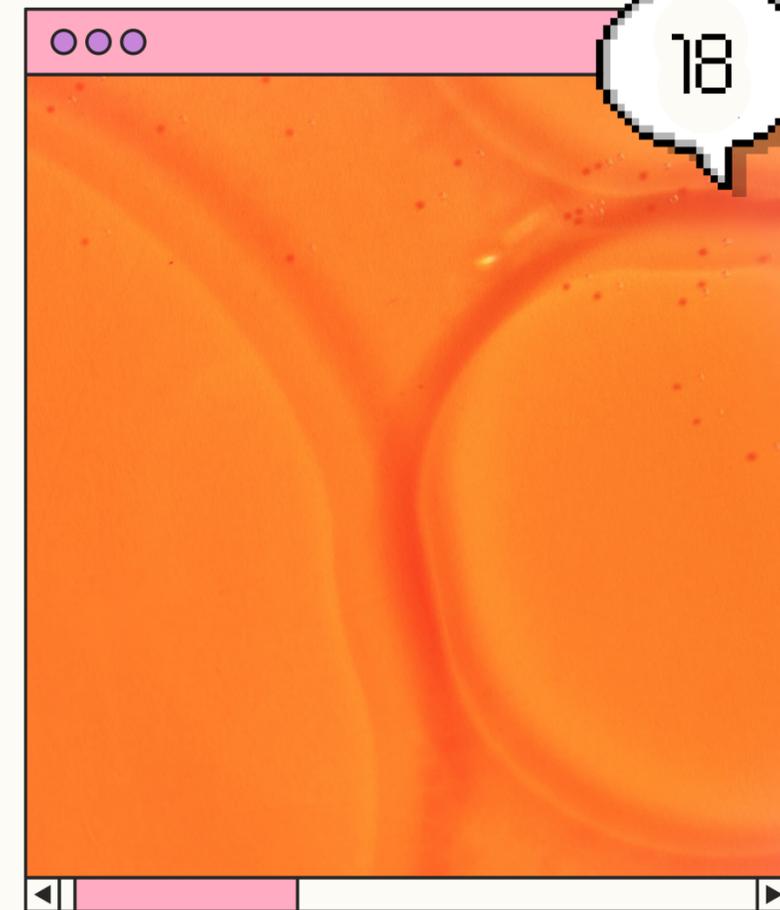




18



QUI EST PRÊT À
DÉSINFLUENCER ?



RETOUR À LA VUE
D'ENSEMBLE



✕

Seriez-vous prêt à... → Combien d'abonnez a... ↓	oui		non		Total	
	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.
Non-réponse	1	50%	1	50%	2	100%
25	1	50%	1	50%	2	100%
33	0	0%	0	0%	0	100%
54	0	0%	0	0%	0	100%
57	0	0%	1	100%	1	100%
83	1	100%	0	0%	1	100%
100	1	100%	0	0%	1	100%
101	0	0%	1	100%	1	100%
130	0	0%	0	0%	0	100%
160	0	0%	1	100%	1	100%
173	1	100%	0	0%	1	100%
200	0	0%	1	100%	1	100%
211	1	100%	0	0%	1	100%
247	0	0%	0	0%	0	100%
250	1	100%	0	0%	1	100%
280	1	100%	0	0%	1	100%
290	1	100%	0	0%	1	100%
292	0	0%	0	0%	0	100%
300	1	50%	1	50%	2	100%
318	0	0%	0	0%	0	100%
350	1	100%	0	0%	1	100%
360	0	0%	1	100%	1	100%
370	1	100%	0	0%	1	100%
375	1	100%	0	0%	1	100%
550	1	100%	0	0%	1	100%
564	1	100%	0	0%	1	100%
710	0	0%	1	100%	1	100%
782	0	0%	1	100%	1	100%
1 600	0	0%	1	100%	1	100%
4 600	1	100%	0	0%	1	100%
5 000	1	100%	0	0%	1	100%
Total	17	60,7%	11	39,3%	28	

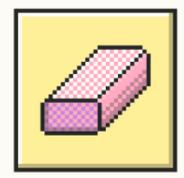
Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Réponses effectives : 26 Non-réponse(s) : 2 Taux de réponse : 92,9%

PAR RAPPORT AU NOMBRE D'ABONNÉS

Plus on a de visibilité
Plus on partage ses opinions.

RETOUR À LA VUE
D'ENSEMBLE



Seriez-vous prêt à... → Combien d'abonnez a... ↓	oui		non		Total	
	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.
Non-réponse	1	50%	1	50%	2	100%
25	1	50%	1	50%	2	100%
33	0	0%	0	0%	0	100%
54	0	0%	0	0%	0	100%
57	0	0%	1	100%	1	100%
83	1	100%	0	0%	1	100%
100	1	100%	0	0%	1	100%
101	0	0%	1	100%	1	100%
130	0	0%	0	0%	0	100%
160	0	0%	1	100%	1	100%
173	1	100%	0	0%	1	100%
200	0	0%	1	100%	1	100%
211	1	100%	0	0%	1	100%
247	0	0%	0	0%	0	100%
250	1	100%	0	0%	1	100%
280	1	100%	0	0%	1	100%
290	1	100%	0	0%	1	100%
292	0	0%	0	0%	0	100%
300	1	50%	1	50%	2	100%
318	0	0%	0	0%	0	100%
350	1	100%	0	0%	1	100%
360	0	0%	1	100%	1	100%
370	1	100%	0	0%	1	100%
375	1	100%	0	0%	1	100%
550	1	100%	0	0%	1	100%
564	1	100%	0	0%	1	100%
710	0	0%	1	100%	1	100%
782	0	0%	1	100%	1	100%
1 600	0	0%	1	100%	1	100%
4 600	1	100%	0	0%	1	100%
5 000	1	100%	0	0%	1	100%
Total	17	60,7%	11	39,3%	28	

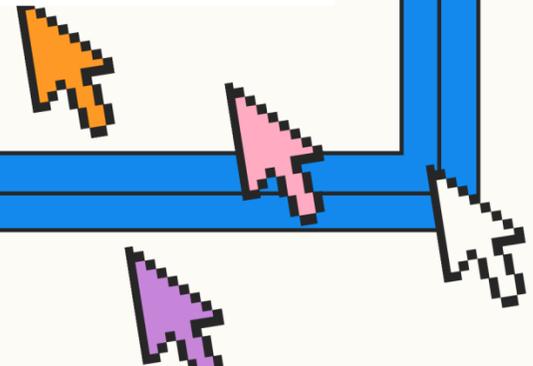
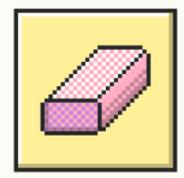
Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

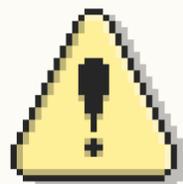
Réponses effectives : 26 Non-réponse(s) : 2 Taux de réponse : 92,9%

EN FONCTION DE L'ÂGE

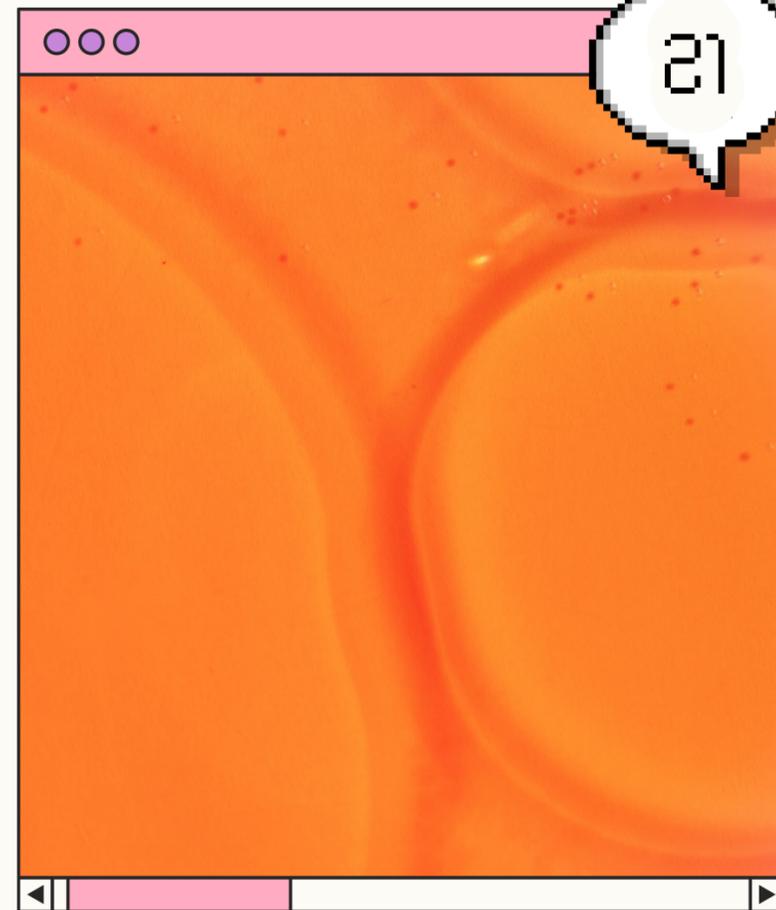
Avec l'âge et la maturité une image de nous plus crédible

RETOUR À LA VUE D'ENSEMBLE

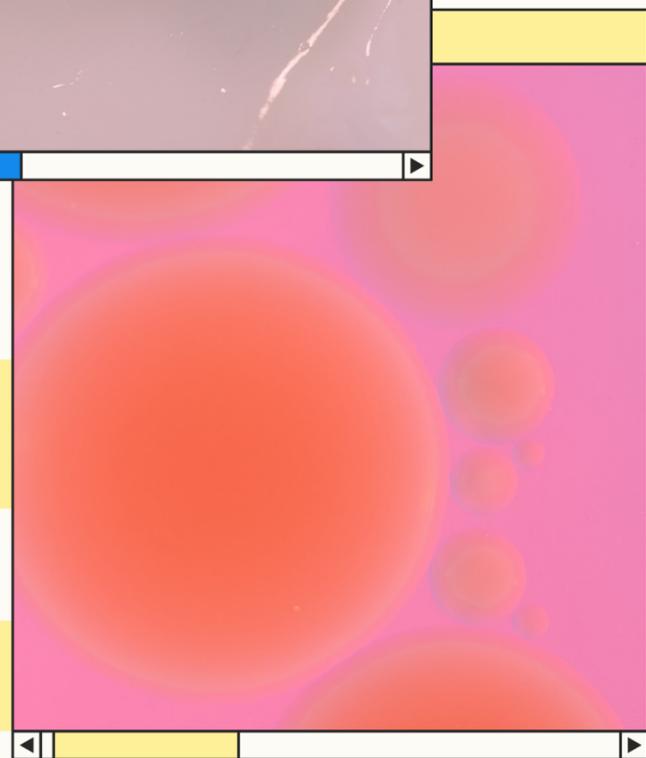




21



COMMENT
LES PERSONNES
SONT-ELLES PRÊTES
À DE-INFLUENCER ?



RETOUR À LA VUE
D'ENSEMBLE



L'UTILISATION D'UNE NOUVELLE IDENTITÉ :



✕

Une nouvelle identi... →	Pas d'accord		Plutôt pas d'accord		Plutôt d'accord		D'accord		Total	
	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.
Privé	9	69,2%	3	23,1%	1	7,7%	0	0%	13	100%
Publique	4	57,1%	3	42,9%	0	0%	0	0%	7	100%
Total	13	65%	6	30%	1	5%	0	0%	20	

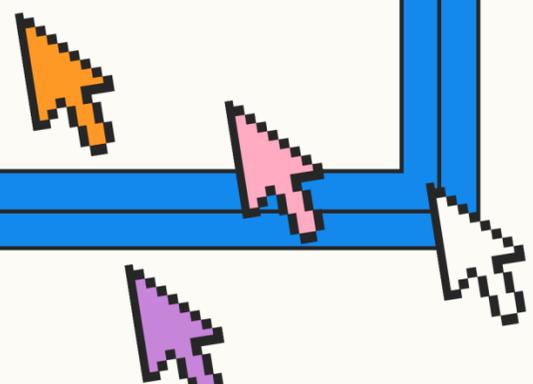
Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.
La somme des lignes et ou des colonnes est différente du nombre d'observations du fait des réponses multiples.

Réponses effectives : 17 Non-réponse(s) : 0 Taux de réponse : 100%

Compte privé = de-influencer sous une nouvelle identité.
Préserver leur identité numérique.



RETOUR À LA VUE D'ENSEMBLE



✕

Un nouveau compte s... → Votre âge ↓	Pas d'accord		Plutôt pas d'accord		Plutôt d'accord		D'accord		Total	
	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.
15	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
16	0	0%	0	0%	1	100%	0	0%	1	100%
17	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
18	3	33,3%	1	11,1%	2	22,2%	3	33,3%	9	100%
19	1	50%	0	0%	0	0%	1	50%	2	100%
20	1	50%	0	0%	1	50%	0	0%	2	100%
21	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
23	0	0%	1	100%	0	0%	0	0%	1	100%
29	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
51	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
53	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	100%
Total	7	41,2%	2	11,8%	4	23,5%	4	23,5%	17	

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

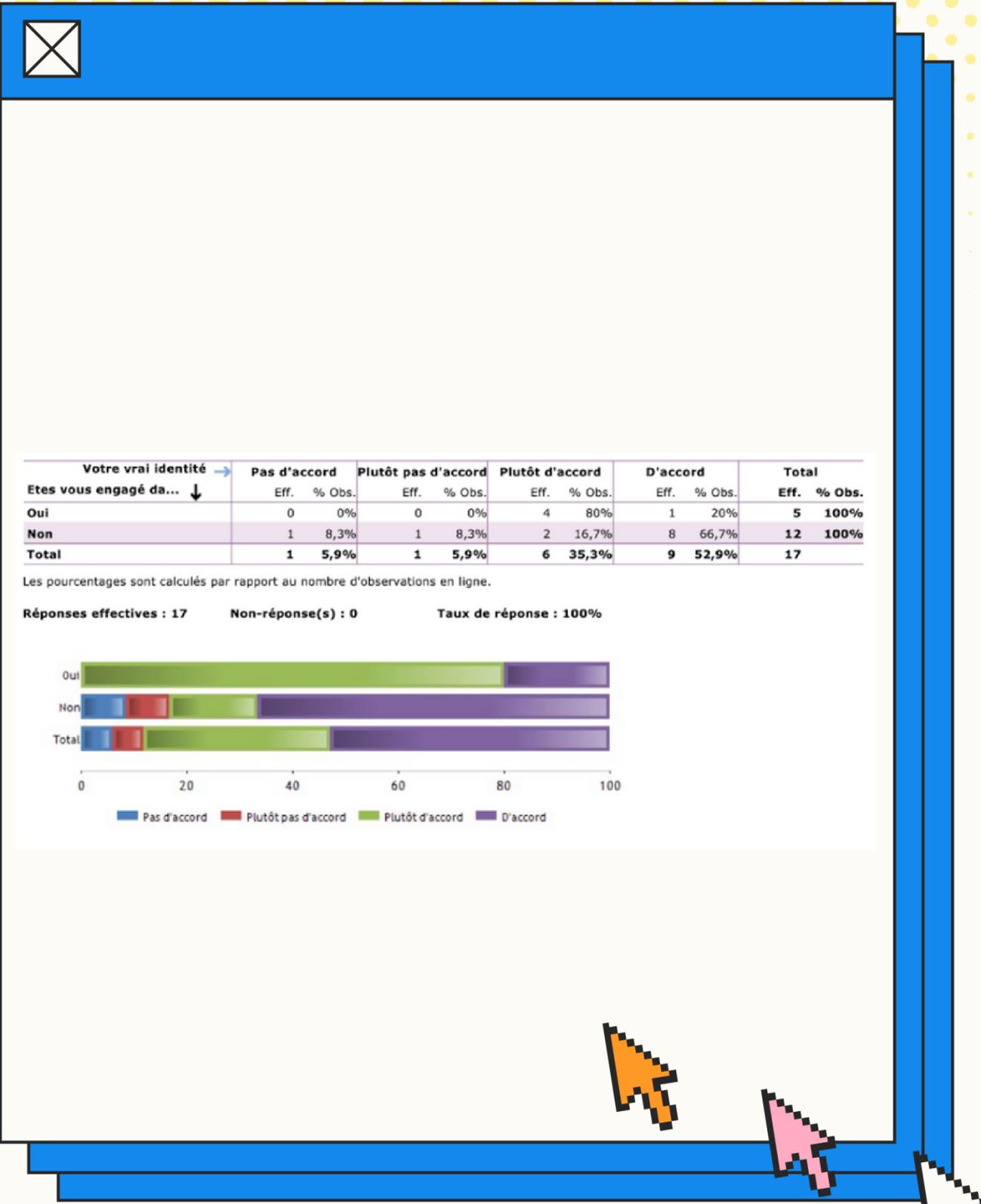
Réponses effectives : 17 Non-réponse(s) : 0 Taux de réponse : 100%

L'UTILISATION D'UN COMPTE SPÉCIFIQUE :

Les plus jeunes (16-20 ans) voudraient utiliser un compte spécifique

RETOUR À LA VUE D'ENSEMBLE





L'UTILISATION D'UNE VRAIE IDENTITÉ :

Prêtes à de-influencer sous leur vraie identité. Déjà très investies, pas peur d'assumer leur opinion.

RETOUR À LA VUE D'ENSEMBLE



L'UTILISATION D'UN PSEUDO :

✕

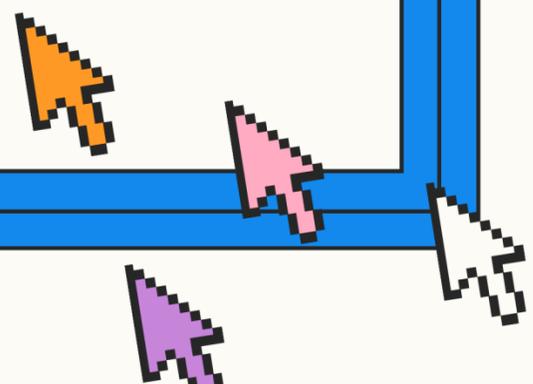
Un pseudo → Votre genre ↓	Pas d'accord		Plutôt pas d'accord		Plutôt d'accord		D'accord		Total	
	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.
Femme	3	30%	2	20%	2	20%	3	30%	10	100%
Homme	2	50%	0	0%	1	25%	1	25%	4	100%
Autre	1	33,3%	0	0%	0	0%	2	66,7%	3	100%
Total	6	35,3%	2	11,8%	3	17,6%	6	35,3%	17	

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Réponses effectives : 17 Non-réponse(s) : 0 Taux de réponse : 100%

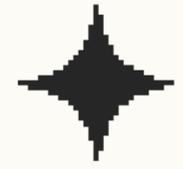
Hommes et femmes sont égaux
Leur usage des réseaux sociaux soit égal

RETOUR À LA VUE D'ENSEMBLE





CONCLUSION



RETOUR À LA VUE
D'ENSEMBLE



27

CONCLUSION



Une pratique nouvelle

Bouleverse la place de chacun sur les reseaux sociaux

Une nouvelle identité numérique

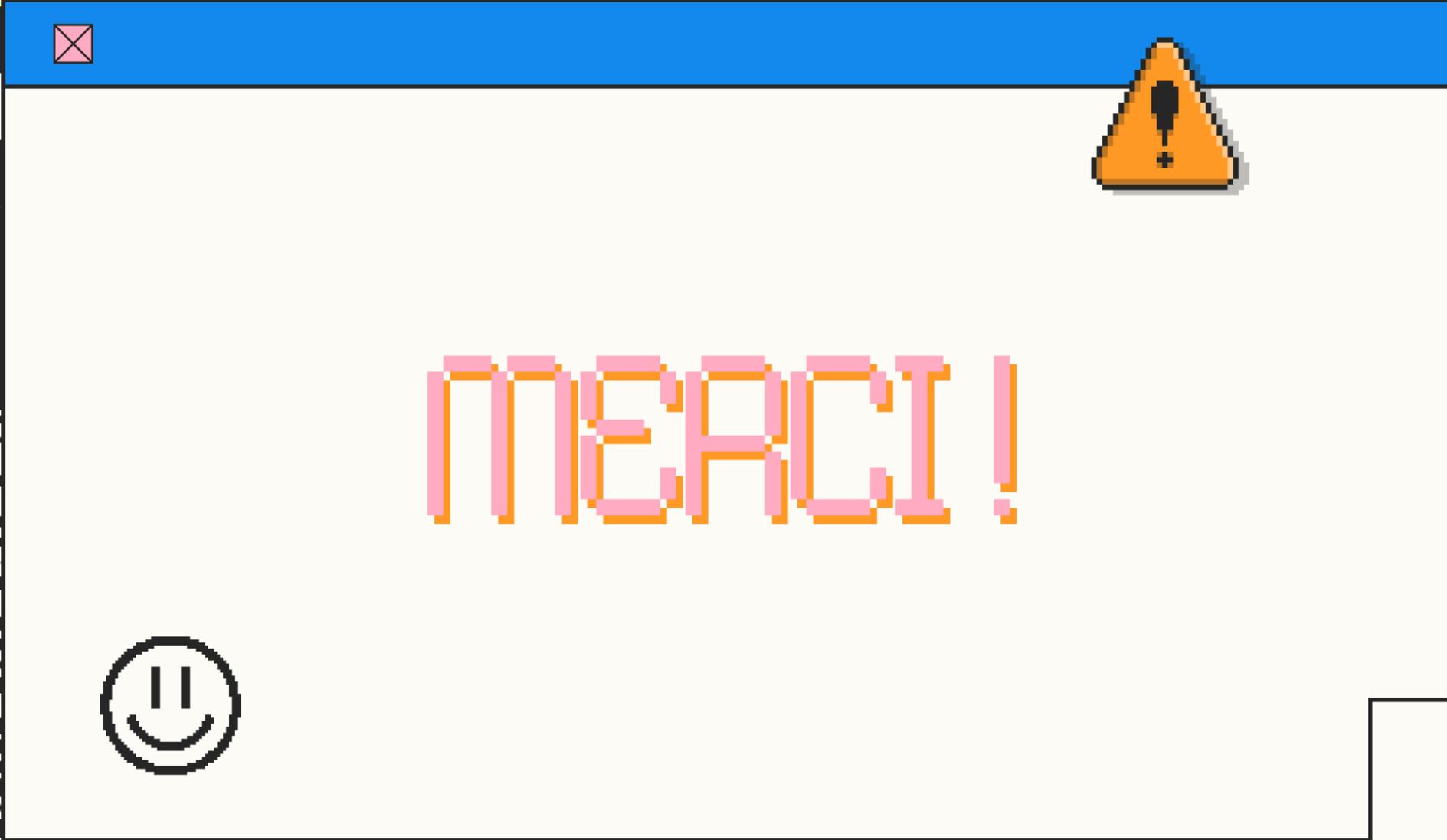
Capital de notoriété augmenté

Des influenceurs moins crédiblent

Des influenceurs en pleine transformation

Des conseils pour mieux consommer

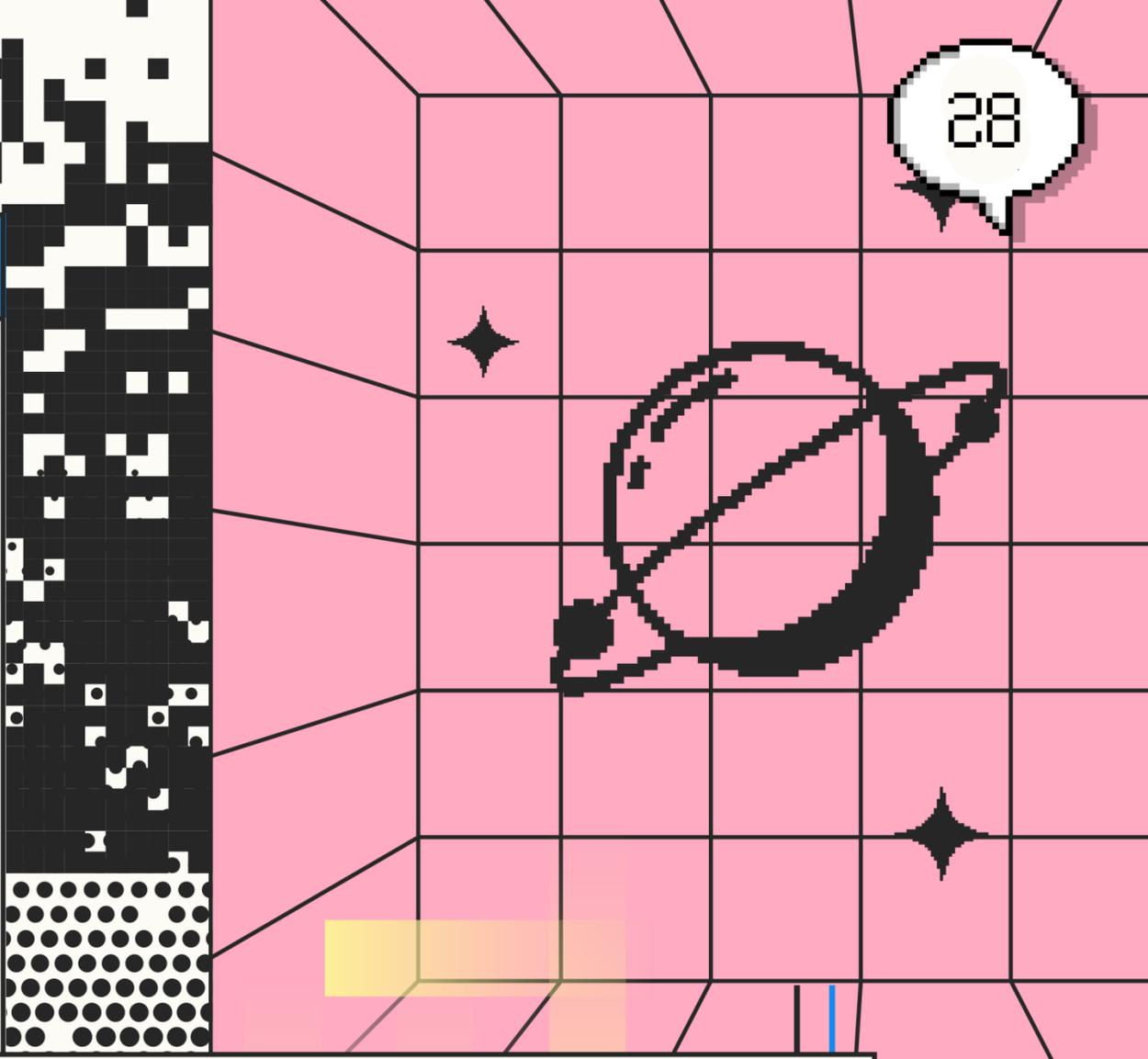
Une nouvelle façon d'influencer ?



⌵



MERCI!



Des questions ?

