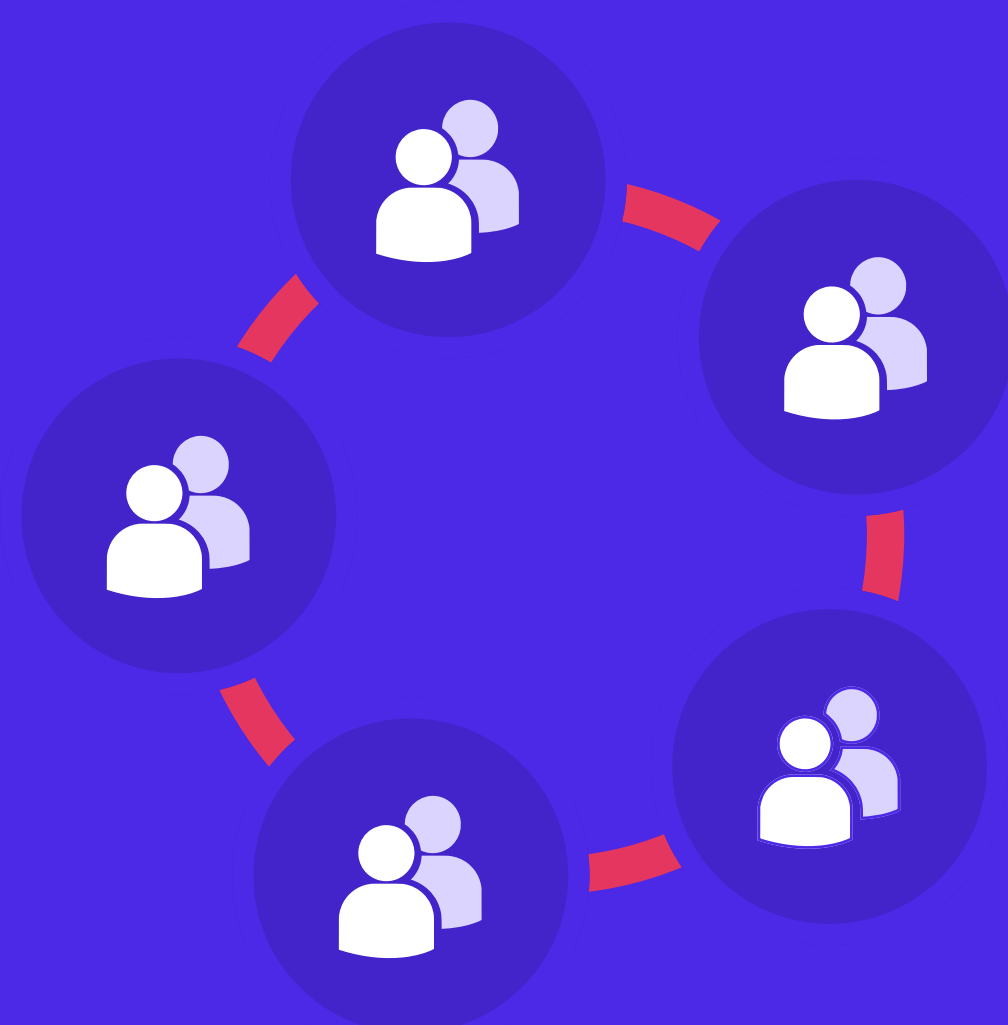


Les 8 tendances

SOCIAL MEDIA

2024

L'avènement des communautés privées



Plus que jamais les utilisateurs veulent se connecter selon leurs **intérêts, passions et localisations**. Les réseaux sociaux ont bien compris ce besoin en créant des fonctionnalités pour **favoriser les échanges** (canaux de diffusion Messenger, Instagram, WhatsApp...).

D'autres plateformes communautaires prennent de l'ampleur comme **Strava** (application de running, vélo et randonnée) ou **BeReal** (réseau social français de partage de photos avec ses amis proches).

L'entrepreneuriat vu par les influenceurs

Surfant sur leur succès déjà établi et sur une communauté fortement engagée, les créateurs de contenu vont **encore plus loin dans l'entrepreneuriat** en lançant leur marque, un produit physique ou bien une carrière artistique.



ANDIE ELLA

Lancement de sa marque de Matcha *Milia Matcha* 🍵



SQUEEZIE

Organisation du GP Explorer 🏍️



STYLETO

Sortie d'un EP & réalisation d'une tournée 🎤

*sources photos : Andie Ella / site Milia Matcha – Squeezie / @chloeramdani @multyde – Styleto / YouTube Style Tonic

La montée en puissance de l'**intelligence artificielle**



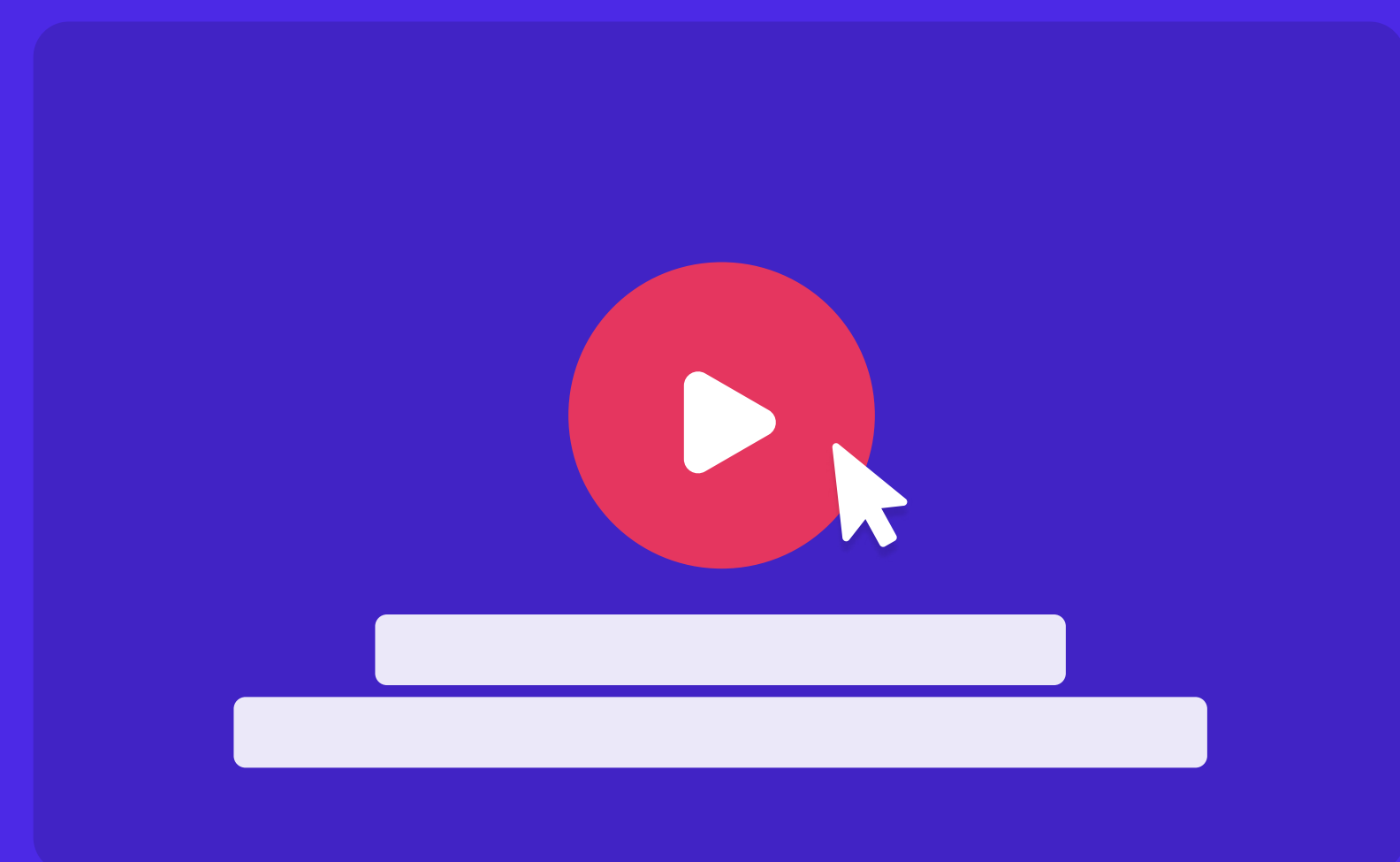
Les communicants bénéficient désormais d'outils à leur portée pour les **aider dans leur création de contenu** au quotidien : assistant rédactionnel (*ChatGPT, Swello*), création de visuels (*MidJourney, Dall-e, Photoshop AI*), mais aussi vidéo (*CapCut, PlayPlay*)...

Les réseaux sociaux, quant-à-eux, déploient **des outils pour créer des filtres et templates basés sur l'IA** encourageant ainsi la créativité.

L'**accessibilité** des contenus **pour tous**

En France, on compte, en 2023, **plus de 52 millions d'utilisateurs sur les réseaux sociaux, dont 7 millions de personnes sourdes ou malentendantes et 1,1 million de personnes aveugles ou malvoyantes.***

Il était donc plus que temps que les réseaux sociaux ajoutent des fonctionnalités pour **augmenter l'accessibilité de l'ensemble des contenus** tels que les **balises ALT** (description alternative des visuels) et le **sous-titrage automatique** des vidéos.



*source : santepubliquefrance.fr

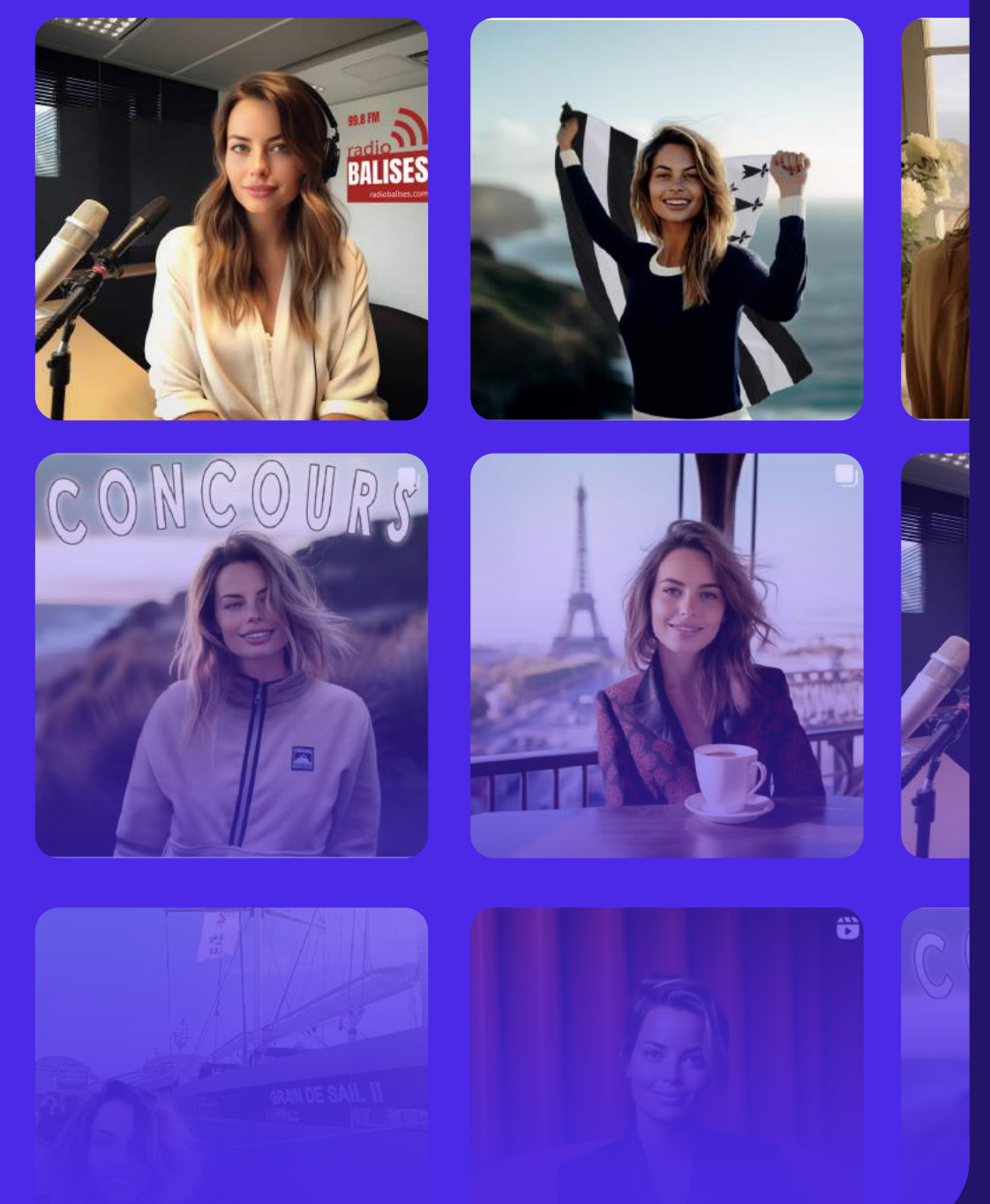
L'**évolution de l'influence** : entre B2B et IA

Dans la même lignée que l'Employee Advocacy, les professionnels prennent la parole et deviennent de **véritables influenceurs sur LinkedIn, le réseau social B2B par excellence**. On assiste aussi à la création d'agences dédiées et à l'apparition de campagnes sponsorisées.

L'influence évolue aussi vers l'intelligence artificielle et la **création de personnalités virtuelles**, nous interrogeant sur l'éthique et le droit à l'image.

@ANNEKERDI – Influenceuse virtuelle

Profil Instagram vantant les mérites de la Bretagne.



L'**UGC** : le format préféré pour les Ads

Comme nous l'évoquions déjà en 2023, le **contenu généré par les utilisateurs devient LE format engageant** pour convertir via les publicités sur les réseaux.

Que ce soit sur Facebook, Instagram ou TikTok, les marques plébiscitent désormais « l'**User-Generated Content** » pour **valoriser l'authenticité et la preuve sociale**.

spontané ≠ rémunéré



Il y a désormais une distinction entre le contenu créé par les **créateurs de contenu UGC** et les **utilisateurs lambdas**.

Le respect des lois européennes et françaises

L'Union Européenne a renforcé son autorité en contraignant les réseaux sociaux à **se plier à la réglementation** mise en vigueur notamment en termes de **RGPD**.

C'est le cas avec **Threads**, désormais disponible depuis le 14 décembre, mais banni l'été dernier car l'application ne correspondait pas aux normes RGPD.



D'autre part, la France impose désormais aux créateurs de contenu de se plier à la **loi influence du 9 juin 2023** pour plus de transparence dite *Loi n°2023-451*.

L'importance de **la déconnexion** et de **la santé mentale**

Chez Swello, nous sommes confrontés quotidiennement aux enjeux de **l'hyperconnexion, de sursollicitations via les notifications et de FOMO** (*peur de manquer quelque chose*).

Nous sommes donc persuadés que **pour bien utiliser les réseaux sociaux, il est essentiel de les utiliser de façon modérée.**

Les applications avertissent désormais les utilisateurs lorsque leur temps d'écran est élevé et permettent de définir une limite d'utilisation.

