

② INFLUENCEURS : LA CRISE DE CONFIANCE ?

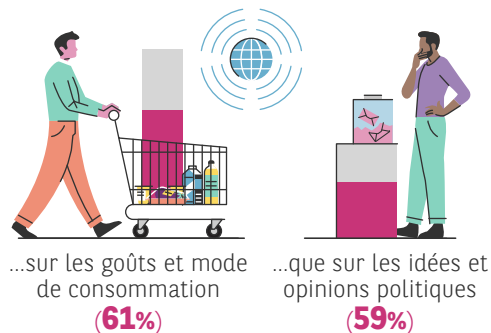
LES RÉSEAUX SOCIAUX : UN MIROIR DÉFORMANT DE LA SOCIÉTÉ

6 Français sur 10 considèrent que les réseaux sociaux exercent une forte influence sur la société

Jusqu'à 71% chez les 15-24 ans

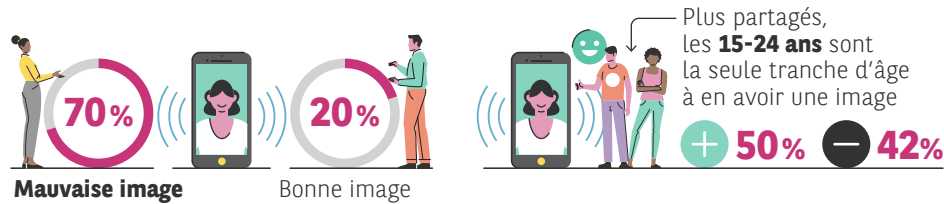


Un vecteur d'influence qui joue autant...



INFLUENCEURS AS USUAL SUSPECTS

Image, confiance...l'opinion des Français à l'égard des influenceurs est mitigée

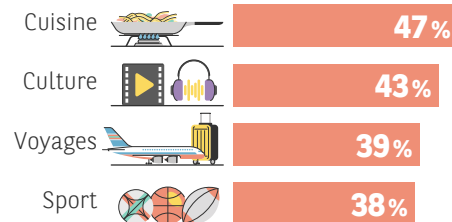


Si les influenceurs bénéficient d'une confiance limitée...

...ils restent prescripteurs d'achats



Les Français suivent en réalité de nombreux types de contenus créés par les influenceurs, principalement dans les domaines :



« DÉSINFLUENCE », LA BONNE INFLUENCE ?

La désinfluence – déconseiller certains produits peu responsables – est perçue de manière ambivalente par les Français :

