



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

15^e édition de l'enquête annuelle de la franchise Banque Populaire Chapitre 2 : Les réseaux sociaux au cœur de la stratégie de communication

Paris, le 21 décembre 2018

L'enquête annuelle de la franchise Banque Populaire, en partenariat avec la Fédération française de la franchise (FFF) avec la participation de CSA Research et de l'Express, est l'étude de référence sur le monde de la franchise. D'envergure nationale, elle apporte un éclairage sur le profil des acteurs, leurs stratégies, leurs forces et leurs préoccupations face à l'avenir. Le deuxième chapitre de la 15^e édition souligne l'utilisation croissante des réseaux sociaux par le monde de la franchise.

Les réseaux sociaux au cœur de la stratégie de communication des enseignes.

Selon la 15^e enquête annuelle de la franchise Banque Populaire / FFF, **93 %** des franchiseurs **ont pris en compte les réseaux sociaux dans leur stratégie de communication.**

Conscients de l'importance de l'image de leur enseigne, **71 %** des franchiseurs interrogés indiquent avoir mis en place **un suivi de la réputation de leur marque** (+2 points) ; **48 %** d'entre eux déclarent, par ailleurs, que les consommateurs ont **la possibilité de publier des avis sur leur site internet** et 4 sur 10 envisagent d'**être référencés sur un site internet** recueillant des avis de consommateurs.

71% des franchiseurs ont mis en place un **suivi de la réputation de la marque** sur les réseaux sociaux



Côté franchisés, les réseaux sociaux sont également largement utilisés : **62 %** d'entre eux (+5 points) les utilisent pour **faire connaître l'actualité de leur point de vente**. Parmi les réseaux sociaux les plus plébiscités, Facebook figure toujours en tête avec **92 %** des franchisés qui **ont créé une page dédiée à leur point de vente.**

L'utilisation des réseaux sociaux par les franchiseurs et les franchisés, notamment pour faire connaître leurs enseignes, vendre et fidéliser, s'inscrit dans les attentes du grand public : **39 % des Français suivent au moins une enseigne sur les réseaux sociaux** avec pour principales motivations, de **connaître les tarifs et les promotions** (27 %), d'**être avertis des nouveautés de l'enseigne** (21 %), de **consulter les avis des consommateurs** (18 %).

Retrouvez le premier chapitre de la 15^e Enquête annuelle de la franchise Banque Populaire :

Chapitre 1 : [qui sont les franchiseurs et les franchisés ?](#)



Méthodologie

Enquête réalisée par téléphone, du 13 juin au 11 juillet 2018, auprès d'un échantillon représentatif de 403 Franchisés et 202 Franchiseurs, constitué d'après la méthode des quotas (date de création de l'entreprise, secteur d'activité, nombre de points de vente, région)



À propos de Banque Populaire

Le réseau des Banques Populaires est constitué de 12 Banques Populaires en région, du Crédit Coopératif et de la CASDEN Banque Populaire. Autonomes, ces banques exercent tous les métiers de la banque commerciale et de l'assurance dans une relation de proximité avec leurs clientèles. Banque Populaire, avec 9,2 millions de clients (dont 4,3 millions de sociétaires) et près de 3 300 agences, fait partie du 2^e groupe bancaire en France : le Groupe BPCE.

Contacts presse Groupe BPCE - Banque Populaire

Christine Françoise : 01 58 40 46 57 / 06 23 40 31 62

presse@bpce.fr - www.groupebpce.fr

banquepopulaire.fr



www.bpce.fr

15^e enquête annuelle de la franchise

#2 - LA FRANCHISE ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

LES FRANCHISEURS

93%

des franchiseurs ont pris en compte les réseaux sociaux dans leur stratégie de communication

71% des franchiseurs ont mis en place un suivi de la réputation de la marque sur les réseaux sociaux

48% déclarent que les consommateurs ont la possibilité de publier des avis sur leur site internet



4/10 envisagent d'être référencés sur un site internet recueillant des avis et conseils de consommateurs (comme Tripadvisor, Lafourchette, etc.)

LES FRANCHISÉS



62%

des franchisés utilisent les réseaux sociaux pour faire connaître l'actualité de leur point de vente



TOP 3



92% ont créé une page Facebook dédiée à leur point de vente



41% ont organisé des événements via les réseaux sociaux



31% ont posté des messages sur des forums ou des blogs (+ 8 points)

GRAND PUBLIC

39%

des Français suivent au moins une enseigne sur les réseaux sociaux



27% pour les tarifs et les promotions proposés



21% pour être avertis des nouveautés de l'enseigne



18% pour consulter les avis de consommateurs

Source : Banque Populaire / Fédération Française de la Franchise – 15^e Enquête annuelle de la franchise
Etude réalisée par téléphone, du 13 juin au 11 juillet 2018, auprès d'un échantillon représentatif de 403 Franchisés et 202 Franchiseurs, constitué d'après la méthode des quotas (date de création de l'entreprise, secteur d'activité, nombre de points de vente, région).