

Pour diffusion immédiate

Selon un 2^e sondage annuel fait auprès de professionnels en communication
Les médias sociaux en croissance sur tous les fronts

Montréal – le 27 janvier 2010 – Quatre-vingt (80) pour cent des professionnels québécois des communications incorporent toujours, fréquemment ou parfois les médias sociaux dans leurs plans de communication alors que cette proportion était de 56% en 2008. Ces données ont été obtenues auprès des 650 membres de la Société québécoise des professionnels en relations publiques qui ont répondu à ce deuxième sondage instauré par la Chaire de relations publiques et communication marketing de l'UQAM.

Les médias sociaux prennent une place de plus en plus importante dans le travail et la vie personnelle des professionnels, tel que le montre la comparaison entre les résultats de 2009 à ceux de 2008. LinkedIn (33% de croissance d'utilisation) et Twitter (16%), Wikipédia (15%), le webcasting (26%), les fils RSS (27%) et les blogues (15%) ont tous cru cette année. Dix-neuf (19) pour cent des professionnels ayant répondu au sondage ont indiqué avoir un blogue personnel.

Besoin de formation

Lorsqu'on les questionne au sujet de leur niveau d'expertise à l'égard des médias sociaux, 59% des répondants considèrent qu'ils sont de niveau intermédiaire, 35% de niveau débutant et 6% se disent experts, ce qui représente un progrès par rapport à 2008. « Toutefois, 57% indiquent qu'ils ne sont pas assez formés pour conseiller adéquatement leurs clients dans ce domaine, ce qui représente un enjeu de taille actuellement, de noter le titulaire de la Chaire de relations publiques et communication marketing de l'UQAM, Bernard Motulsky. Par ailleurs, tout le domaine des médias sociaux évolue tellement vite que les formations devraient être reçues fréquemment, à tous les six mois minimalement. »

« La Société québécoise des professionnels en relations publiques est sensible à cette nouvelle réalité, et se préoccupe d'offrir de la formation sur les médias sociaux à ses quelque 650 membres, en plus d'agir à titre de partenaire de certaines activités s'y rapportant. Que ceux-ci œuvrent en cabinet ou au sein d'une organisation, il va sans dire que les médias sociaux ont un impact de plus en plus marqué sur nos pratiques. La mise à jour de nos connaissances demeure donc une priorité afin que les professionnels des relations publiques puissent être en mesure d'élever leur pratique à un haut niveau de compétence », soulignent les coprésidents de la SQPRP, Arlette Côté et Anatole Pouliot.

Les freins à l'utilisation des médias sociaux

Alors que les clients des professionnels en communications et en relations publiques du Québec sont de plus en plus réceptifs à l'égard des médias sociaux, les deux principaux arguments évoqués lorsqu'ils y résistent concernent la perte de contrôle du message (39%) et le manque de ressources (26%).

« La résistance de certaines organisations face aux médias sociaux n'est pas surprenante étant donné le changement significatif qu'ils impliquent dans la manière de communiquer. Les médias sociaux, ce ne sont pas seulement des outils de communication de plus, c'est une véritable révolution, comme en témoignent les répondants, d'indiquer Marie-Josée Gagnon, présidente fondatrice de CASACOM, maison de communications et membre de la Chaire. Au fur et à mesure que les organisations apprivoiseront les médias sociaux et constateront leurs avantages, la résistance diminuera. »

Ce sondage a été effectué entre le 2 et le 8 décembre 2009 par la Chaire de relations publiques et communication marketing de l'UQAM en collaboration avec la Société

québécoise des professionnels en relations publiques et la firme CASACOM sont disponibles à l'adresse : www.crpcm.uqam.ca

La Chaire de relations publiques et communication marketing de l'UQAM

La Chaire est un centre de référence et de maillage pour tous ceux et celles qui s'interrogent sur la profession et les enjeux qui influencent son développement. Elle contribue à la progression du savoir, à la formation des étudiants et au débat public sur toutes les questions relatives à l'exercice du métier de communicateur et à son rôle dans la société.

- 30 -

Pour information :

Amélie Lefort- (514) 987-3000 poste 0861

Chaire de relations publiques et communication marketing de l'UQAM