

Résultats de l'enquête de l'AFG sur l'utilisation des médias sociaux par les sociétés de gestion

Dominique Pignot
Directrice de la communication et de la formation
07.10.2015



Principaux résultats de l'enquête

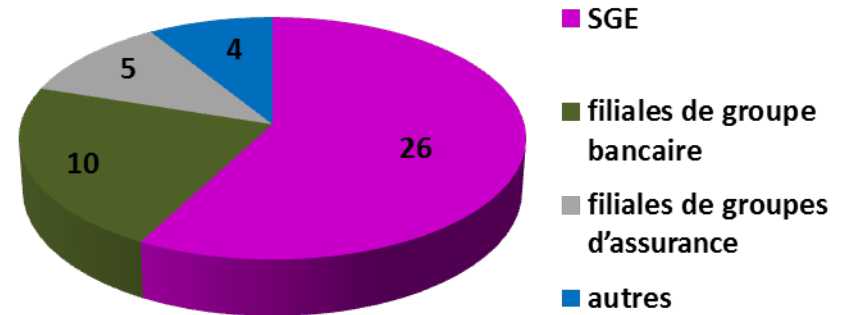
- > 75% des sociétés participant à notre enquête déclarent utiliser les médias sociaux dans leur stratégie de communication.
- > 43% utilisent les médias sociaux pour être en communication directe avec la clientèle.
- > 44% des sociétés qui n'utilisent pas les médias sociaux invoquent un manque de maîtrise / d'informations.
- > 39% des sociétés souhaitent avoir un suivi des pratiques de la profession en matière d'utilisation des médias sociaux pour suivre leur évolution à travers un tableau de bord.
- > 58% des sociétés souhaitent avoir un suivi des pratiques par catégorie d'acteurs, 56% par type de sociétés (SGE/groupes) et 42% par niveau d'encours.

Plan

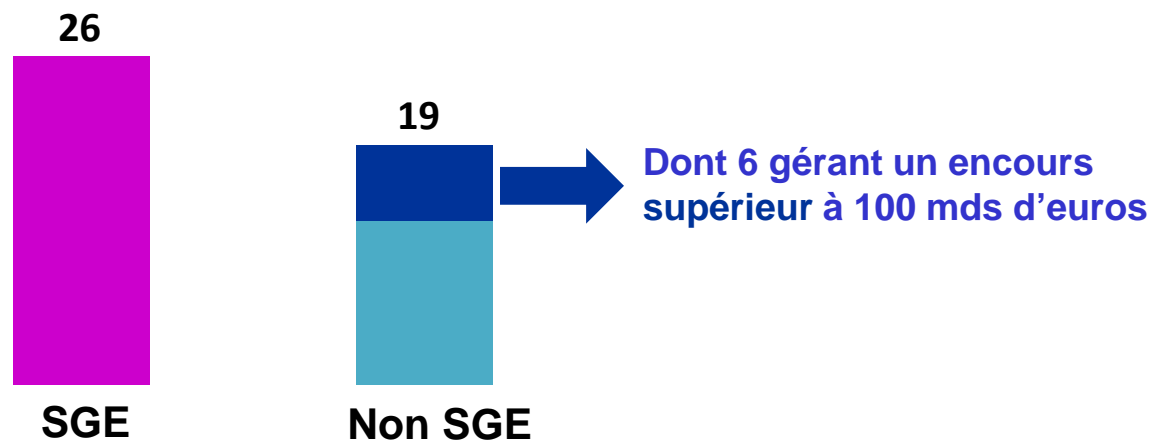
- > 1) L'utilisation des médias sociaux
- > 2) L'organisation des médias sociaux
- > 3) Les actions menées par l'AFG

Un échantillon diversifié et représentatif

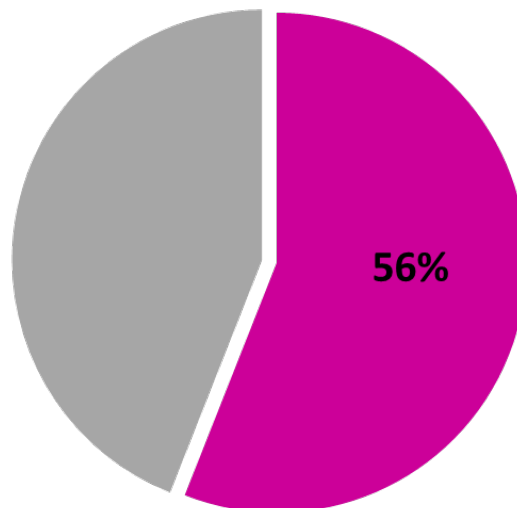
- > Collecte effectuée du 24 août au 15 septembre auprès des adhérents de l'AFG sur la base d'un questionnaire élaboré par le Groupe de Travail Médias sociaux.
- > 45 sociétés ont répondu à l'enquête. En termes d'encours, elles pèsent ensemble plus de la moitié de l'industrie de la gestion d'actifs en France, (voir graphique page 5),
- > L'échantillon se compose de :
 - 26 SGE
 - 10 filiales de groupe bancaire
 - 5 filiales de groupes d'assurance
 - 4 autres



Répartition des sociétés participantes par type d'entreprise



Part de l'encours cumulé des sociétés participantes dans l'ensemble de l'industrie de la gestion d'actifs française

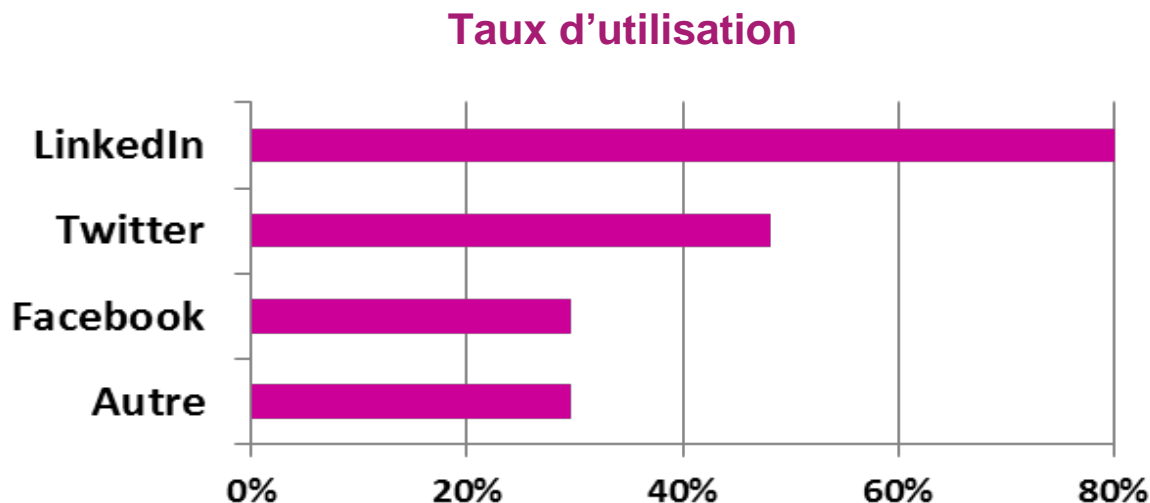


1^{ère} partie

L'utilisation des médias sociaux

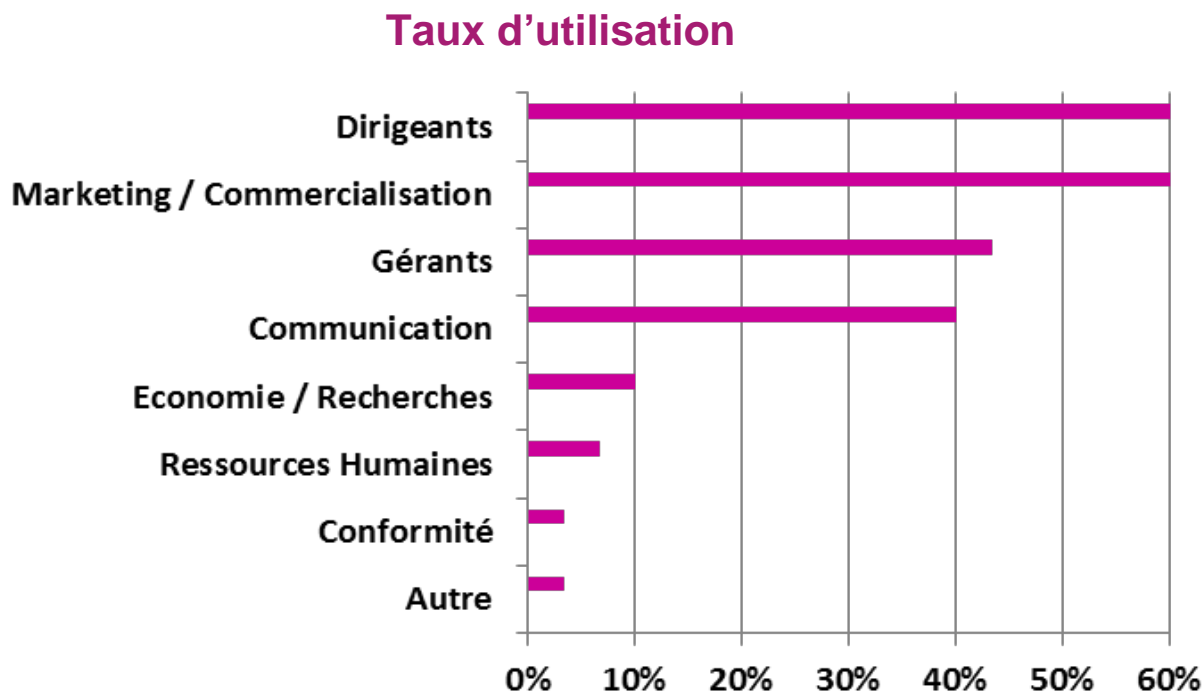
1.1. Quels médias sociaux ?

Parmi les sociétés participant à notre enquête déclarant utiliser les médias sociaux dans leur stratégie de communication, **80% utilisent LinkedIn et 48% utilisent Twitter.**



1.2. Quels utilisateurs ?

- > Dans 60% des cas les services Marketing et Commercialisation figurent parmi les détenteurs de comptes.

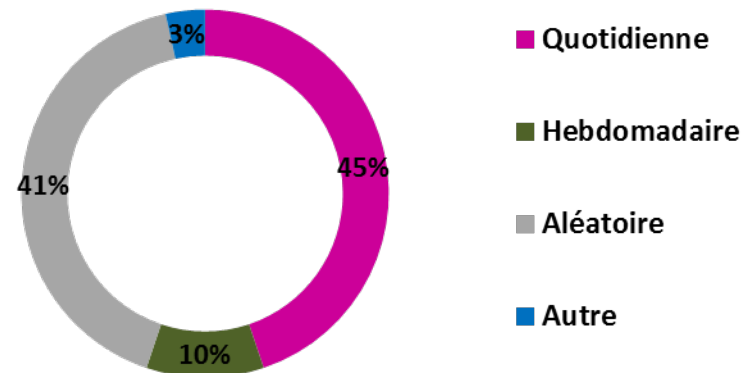


1.3. Quel usage ?

> **75% des sociétés déclarent utiliser les médias sociaux dans leur stratégie de communication.**

> **45% des sociétés utilisant les médias sociaux y ont recours quotidiennement.**

Fréquence d'utilisation des médias sociaux par les sociétés de gestion



> **Parmi les sociétés n'utilisant pas les médias sociaux, 56% jugent cela non prioritaire, 44% invoquent un manque de maîtrise / d'informations et 22% un manque de temps.**

1.4. Quels objectifs ?

- > **43% des sociétés qui utilisent les médias sociaux déclarent le faire pour être en communication directe avec la clientèle.**

Buts visés à travers l'utilisation des médias sociaux



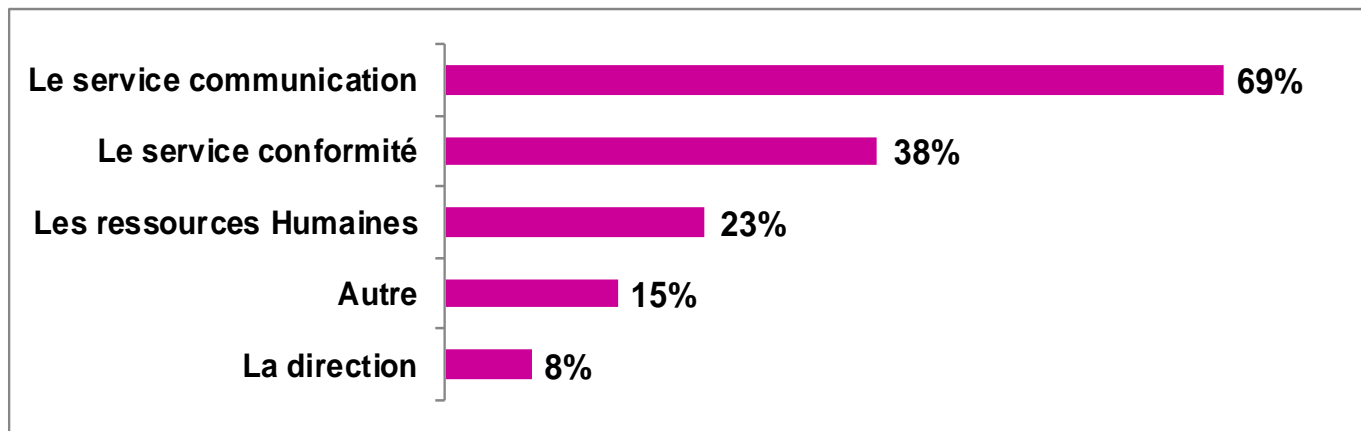
2ème partie

L'organisation des médias sociaux

2.1. Veille et règles d'utilisation

- > **58% des sociétés déclarent avoir mis en place une veille sur les réseaux sociaux et 36% disposent d'une charte sur les médias sociaux en interne.**

Service(s) impliqué(s) dans la rédaction d'une charte (si charte il y a)

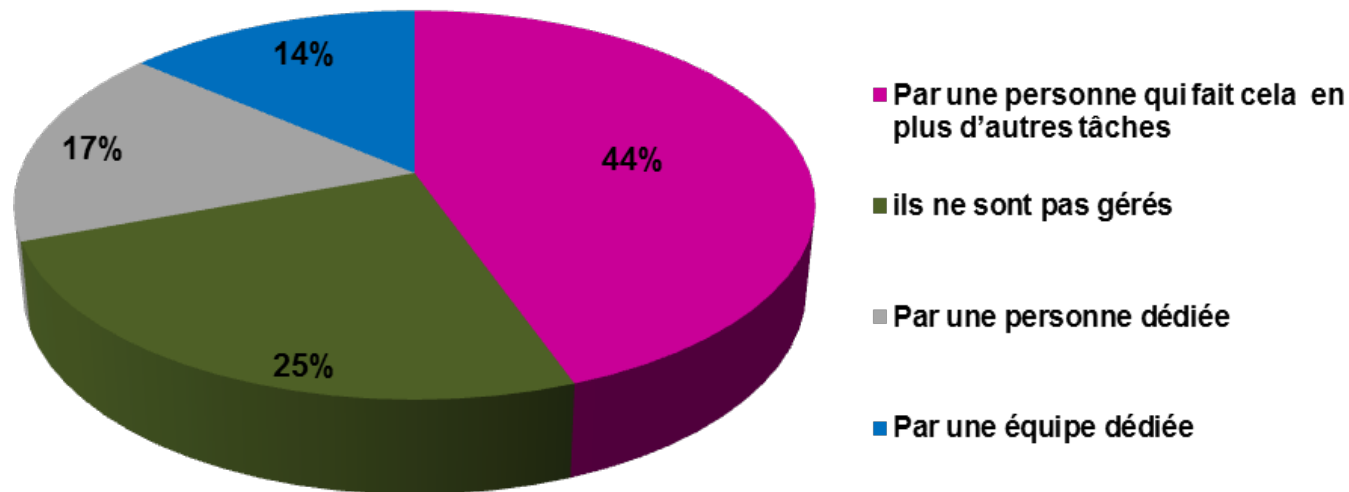


- > **Dans les sociétés ne disposant pas de charte sur les médias sociaux (64%), dans 70% des cas il n'existe aucune disposition spécifique et dans 59% des cas aucun contrôle sur les contenus.**

2.2. Gestion des médias sociaux

- > **25% des sociétés participant à notre enquête n'allouent aucune ressource à la gestion des médias sociaux et 44% d'entre elles confient cette charge à une personne qui fait cela en plus d'autres tâches.**

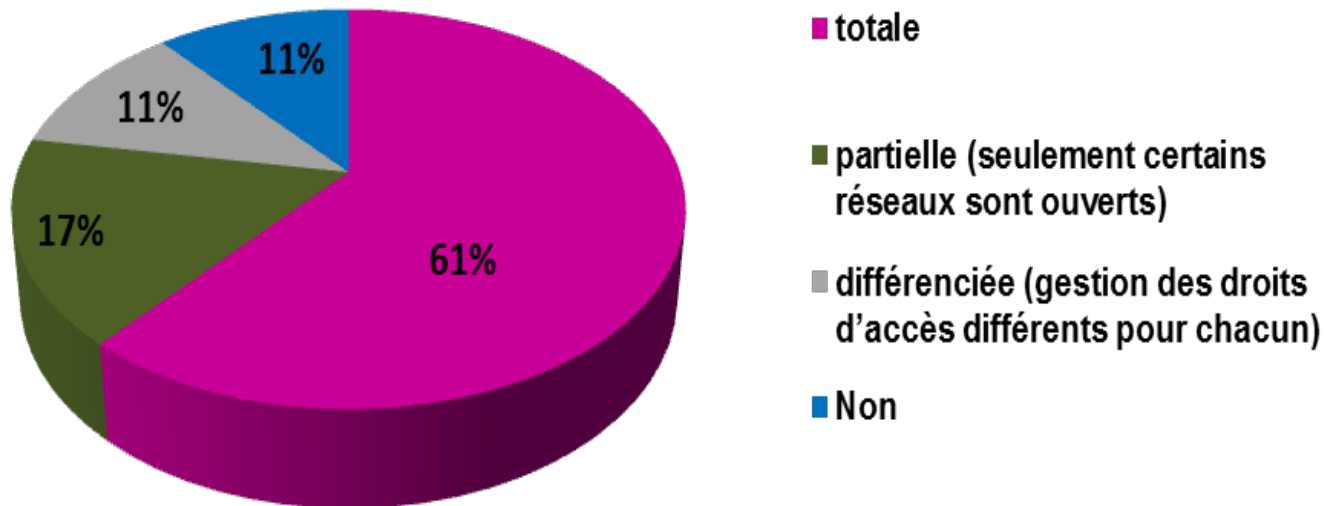
Gestion des médias sociaux au sein des sociétés de gestion



2.3. L'accès aux médias sociaux

- > **61% des sociétés laissent leurs salariés avoir un accès total aux médias sociaux depuis leur poste de travail.**

Accessibilité aux médias sociaux



3ème partie

L'AFG et les médias sociaux

3.1. Connaissez vous les actions menées par l'AFG ?

- > **86% des sociétés participant à notre enquête déclarent connaître le Guide de bonnes pratiques sur les médias sociaux réalisé par l'AFG**
- > **72% des sociétés participant à notre enquête déclarent connaître les limites imposées par la MIF sur les réseaux sociaux**

3.2. Qu'attendez vous de l'AFG ?

- > **39% des sociétés souhaitent avoir un suivi des pratiques de la profession en matière d'utilisation des médias sociaux pour suivre leur évolution à travers un tableau de bord**
- > **58% des sociétés souhaitent avoir un suivi des pratiques par catégorie d'acteurs, 56% par type de sociétés (SGE/groupes) et 42% par niveau d'encours**

La Direction de la communication de l'AFG tient à remercier le Groupe de Travail Médias sociaux qui a contribué à l'élaboration du questionnaire ainsi que toutes les sociétés de gestion qui ont participé à cette enquête,

AFG - Direction de la communication

Dominique Pignot, directrice de la communication