



# L'ÉGLISE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Opportunité ou obligation?

# À quoi s'attendre



**AURELIAN HORJA**  
CONSULTANT  
STRATEGIC COMMUNICATION



Type de présentation:  
Hands-on, contexte, statistiques



Temps alloué:  
1 heure







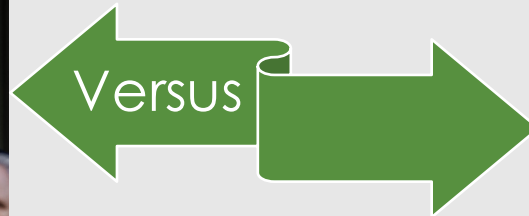
# Risk of Ignoring

un autre type de ROI



## Tout le monde

Allez dans tout le monde,  
à l'exception des réseaux  
sociaux, faites de toutes  
les nations des disciples,  
les baptisant au nom du  
Père, du Fils et du Saint  
Esprit!





# DIVERSIFY OR DIE

diversifier ou mourir

# Statistiques



# Statistiques

- 92 % des Français utilisent Internet tous les jours (74 % sur mobile)
- 38 millions de Français sont utilisateurs actifs des médias sociaux
- Le temps moyen quotidien passé sur Internet est de 4h 38min
- en moyenne 82 minutes par jour sur mobile, 31 minutes sur desktop

## LES RÉSEAUX SOCIAUX

# NOMBRE D'UTILISATEURS ACTIFS

Janvier 2020  
Infographie réalisée par

agence+iz  
Performances digitales

Facebook **35 millions**



**2.5 milliards** Facebook

WhatsApp **20 millions**



**1.6 milliard** WhatsApp

Snapchat **19 millions**



**210 millions** Snapchat

Instagram  
**17 millions**



Instagram **1 milliard**

Twitter  
**12 millions**



Twitter  
**321 millions**

Pinterest  
**9 millions**



Pinterest  
**300 millions**

LinkedIn  
**6.8 millions**



LinkedIn  
**260 millions**

TikTok  
**5 millions**



TikTok  
**800 millions**

### EN FRANCE



### DANS LE MONDE



# Statistiques

The Facebook logo, consisting of a blue square with the word "facebook" in white lowercase letters.

- Facebook est le réseau social le plus utilisé en France
  - 37 millions d'utilisateurs actifs,
  - 26 millions d'utilisateurs actifs sur Messenger
  - 20 millions sur Whatsapp
- Audience: féminine 51% / masculine 49%
- Taux d'engagement moyen des posts
  - 6,48% pour les posts vidéos
  - 5,4% pour les posts photos,
  - 4,33% pour les posts avec un lien
- Evolution mensuelle des likes: 0,14%

# Statistiques



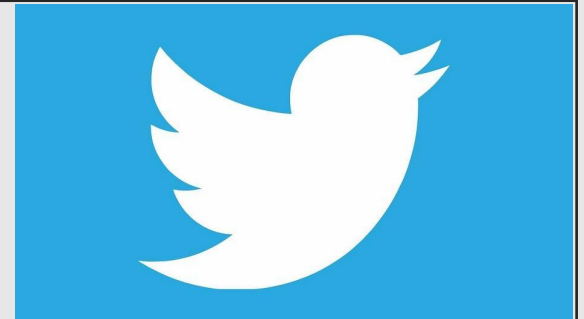
- Le 2e réseau social le plus utilisé en France
  - 18,7 millions d'utilisateurs actifs
- Audience: féminins 55% / masculins: 45%
- Age: plus de 60% des visiteurs ont entre 8 et 34 ans
- Snapchat a un large public concentré sur la génération Y et la génération Z, ce qui en fait l'endroit idéal pour toucher de nouveaux clients. Plus d'un tiers de l'audience est introuvable sur Facebook ou Instagram!

# Statistiques



- Le 3e réseau social le plus utilisé en France
  - 17 millions d'utilisateurs actifs
- Audience: féminins 54% / masculins: 46%
- Age: entre 19 et 30 ans (58%), 31-40 ans (31,2%)
- Bonus:
  - La Tour Eiffel, en France (5,5 millions)
  - Disneyland Paris, en France (3,5 millions)
  - La Côte d'Azur, en France (3 millions)

# Statistiques



- Le 4e réseau social le plus utilisé en France
  - 12 millions d'utilisateurs actifs
- Audience: féminins 37% / masculins: 63%
- Age:
  - 18-24 ans (41%),
  - 25-34 ans (26%),
  - 35-49 ans (24%),
  - 50 - 64 (15%),
  - 65 ans et plus (15%)

# Statistiques



- 5 millions d'utilisateurs actifs
- chiffres records de téléchargements. TikTok s'est imposé en quelques mois dans le classement des réseaux sociaux les plus influents dans le monde.
  - Audience: féminins 57% / masculins: 43%
  - Age: 26% des jeunes de 15 à 17 ans
  - France: 270 millions de vidéos créées + 248 hashtags challenges



Tout est  
possible

quand on ne sait pas de  
quoi on parle.

# La mise en oeuvre

## **Coordination + Institutionnel**

Be FIT!

- **F**acebook / Messenger
- **I**nstagram
- **T**witter (?)

## **Encouragement + Personnel**

Extra:

- TikTok
- Snapchat
- Whatsapp

# FOCUS



- espace complémentaire des sites institutionnels
- interactif
- offertant: photos, vidéos, transmissions live, textes, stories, sondages, dons, organisation d'événements, création de groupes de niche sur différents domaines.
- utilisateurs plus âgés que dans le cas d'Instagram, Snapchat, TikTok
- les amis de mes amis sont mes amis
- effet réseau
- multiples possibilités de segmentation et géolocalisation
- messagerie instantanée

# FOCUS



- dédié aux photos, vidéos et images
- 81% d'utilisation chez les jeunes âgés de 16 à 25 ans
- 68% des Millennials regardent des stories sur Instagram
- Les posts contenant une vidéo ont deux fois plus d'engagements qu'avec des photos
- 7 hashtags sur 10 sont sponsorisés sur Instagram

# FOCUS

Les 10 hashtags les plus utilisés sur Instagram



- #Love (1,2 milliard de publications)
- #Instagood (728 millions de publications)
- #Photooftheday (plus de 490 millions de publications)
- #Fashion (475 millions de publications)
- #Beautiful (456 millions de publications)
- #Happy (424 millions de publications)
- #Like4like (413 millions de publications)
- #Picoftheday (373 millions de publications)
- #Art (334 millions de publications)
- #Photography (215 millions de publications)

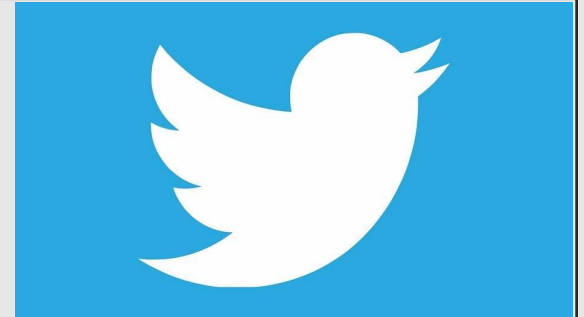
# FOCUS

## Idée



- Bible on tour! #bibleontour #Paris #Photooftheday #Picoftheday
- Assez neutre mais invitant à la discussion. Créons une experience!
- La Bible dans des lieux historiques
- Photos avec des personnalités tenant la bible dans sa main
- Bible en discussion avec quelqu'un
- Le vers préféré de quelqu'un
- Concours

# FOCUS



- excellent moyen d'échange d'informations
- discussion en temps réel
- Limitation de 280 caractères
- très agressif (audience masculine 63%), outil pour les protestations sociales
- une église locale n'a pas la moindre chance dans le cas d'une attaque intentionnelle
- recommandé pour le niveau régional ou national.



# Branding

Comment sont les  
adventistes?



RELEVANT,  
LIFE-CHANGING  
EXPERIENCE





## Ton of voice

égal,  
amical,  
positif,  
inspirant,  
plein d'espoir,  
motivant,  
attractif.



## Sujets de conversation:

Bible, acception, espoir, life-style, pardon, protection des plus faibles, charité, au service des autres, éducation, santé, repos, famille, liberté, valeurs fondamentales, service public.

# À savoir

## Stratégie

- choisir bien vos canaux de communication
- objectifs fondamentaux:
  - engager avec votre congrégation,
  - toucher de nouvelles personnes
  - avoir une voix
- Faites-vous un calendrier social media
- adaptez les messages en fonction du réseau
- Soyez flexibles

# À savoir

## Contenu

- texte court + photo + vidéo
- aussi attrayant et interactif que possible
- informations essentielles et visuellement attrayant
- Taux d'engagement moyen des posts
  - 6,48% pour les posts vidéos
  - 5,4% pour les posts photos,
  - 4,33% pour les posts avec un lien

# À savoir

Non Non Non

- manque de raffinement ou de gentillesse
- fanatique
- inflexible
- vouloir vaincre quelqu'un
- railleur
- ennuyeux

\*prudence s'impose dans la langue et les sujets abordés. Ca reste là!

# À faire

- Différencier les sujets internes et publics
- Générez du contenu interactif, créatif et diversifié
- Monitorisez les discussions et les opportunités!
- Mettez toujours les sous-titres
- Investissez dans la promotion d'articles
- Créez des groupes locaux sur différentes niches
- Ne gardez pas votre contenu seulement sur les réseaux sociaux



Animateur de  
communauté  
- ça veut dire quoi?

- “Écoute”, modère et anticipe les attentes
- trace une stratégie de présence sur les réseaux sociaux ;
- organise et favorise les échanges d'information
- Lance des sujets permettant de susciter le débat ou le partage d'expérience
- Veille à la qualité des réponses et relance la discussion
- accueille des nouveaux “amis” et les encourage à participer
- anime la communauté : modère et anticipe leurs attentes
- fait des membres existants des relais d'information au sein de la communauté
- rappelle les règles parfois ;



**AURELIAN HORJA**

CONSULTANT  
STRATEGIC COMMUNICATION

[aurelian@horja.ro](mailto:aurelian@horja.ro)





“[...]chacun les entendait parler dans sa propre langue. Ils étaient tous dans l'étonnement et la surprise[...] Ceux qui acceptèrent sa parole furent baptisés; et, en ce jour-là, le nombre des disciples s'augmenta d'environ trois mille âmes.”

Les Actes des Apôtres, chapitre 2,