

2024

PRO

FEEEL

Raconter les décideurs d'aujourd'hui

Les Echos
Le Parisien
MÉDIAS

“opinionway”

LES PROS, DES CIBLES PEU VISIBLES ET POURTANT SI IMPORTANTES

Une vision commune

Une importance du **développement des enjeux BtoB** et des cibles complexes qui demande une compréhension fine pour mieux les adresser

Qui donne lieu à de nouvelles offres et a une étude commune pour mieux cerner les enjeux qui gravitent autour de ces cibles pros



Méthodologie de l'étude



Des dirigeants qu'il faut mieux connaître et des micro-réalités qu'il faut comprendre

Une **Etude exclusive Publicis Médias X Les Echos Le Parisien Médias** auprès des décideurs français afin de comprendre leur état d'esprit, la perméabilité vie pro/perso, les enjeux de la prise de décision, les leviers média qui les influencent...

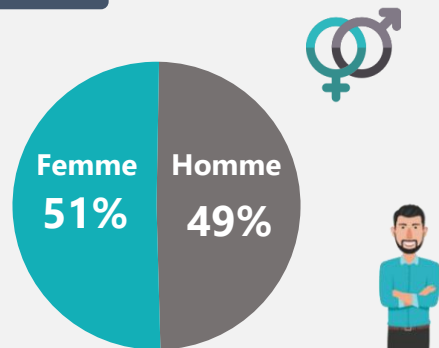
Etude réalisée avec **OpinionWay** via questionnaire auto-administré en ligne en **avril 2024**

- **600 Décideurs** (C-levels) dans les entreprises privées en France : Dirigeants et membres du Codir ou Comex (Fondateur, Président, DG, DAF, DRH, Dir. Marketing, DSI,...)
- Echantillon constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de **secteur d'activité** et de **taille d'entreprise**.
- Mention obligatoire
« **Etude Profeel 2024 - OpinionWay pour Les Échos Le Parisien Médias** »

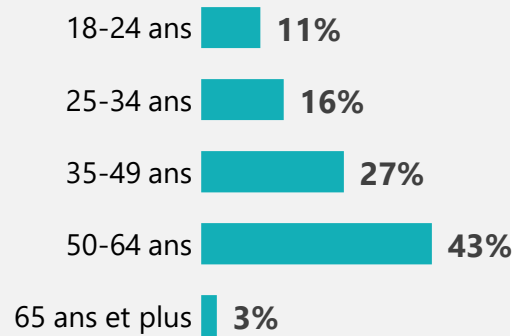


Profil des dirigeants

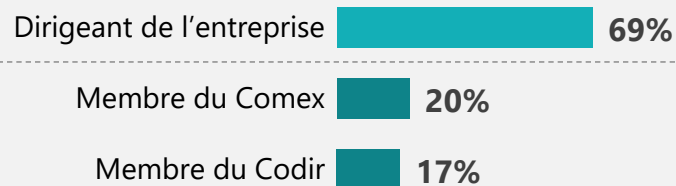
Genre



Age

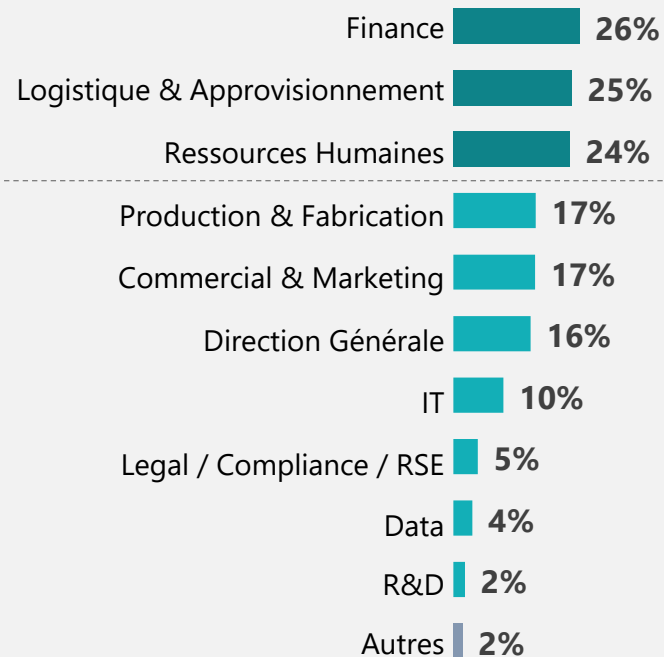


Statut

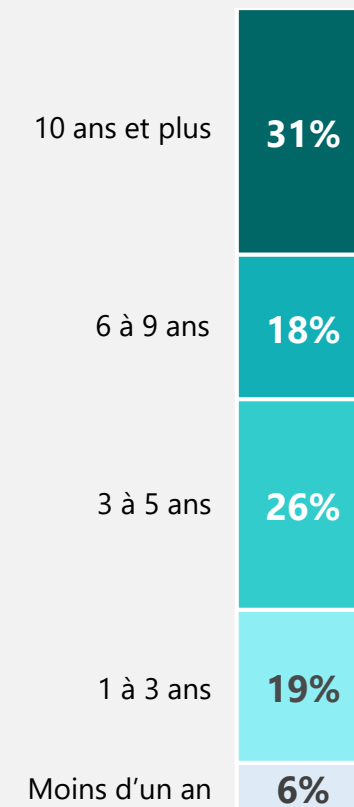


37%

Champs de prise de décision

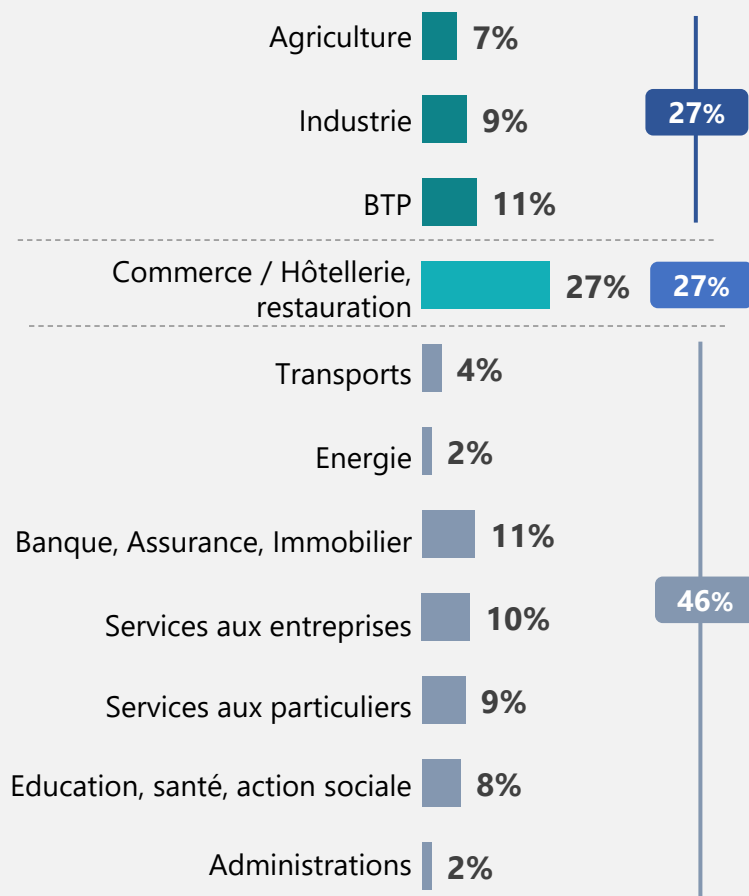


Ancienneté



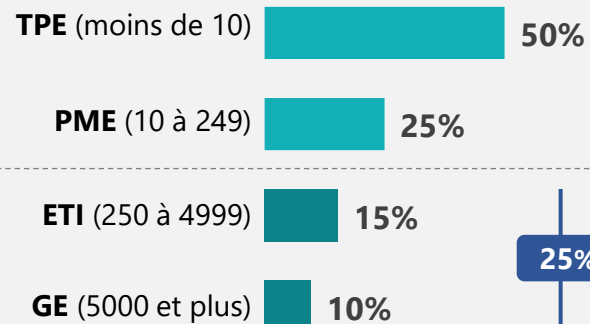
Profil des entreprises

Secteur d'activité

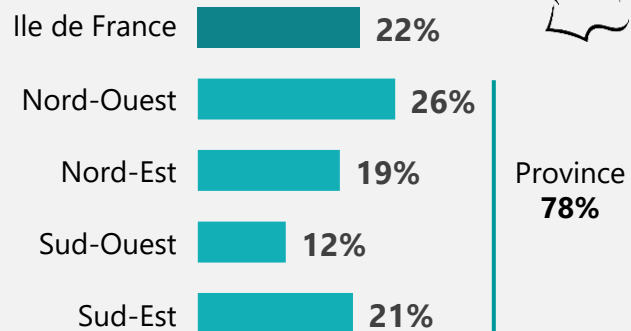


* Quotas

* Taille salariale



Régions



Province
78%

Contexte Business

Besoin de transformation : recherche d'un nouveau business model, de nouveaux leviers de croissance

10%

Diversification : de nouveaux marchés (cibles, géographiques...) ou de nouveaux produits sont étudiés

22%

Maturité : l'entreprise est stable et rentable

30%

Croissance : le marché est en expansion et les revenus sont réguliers

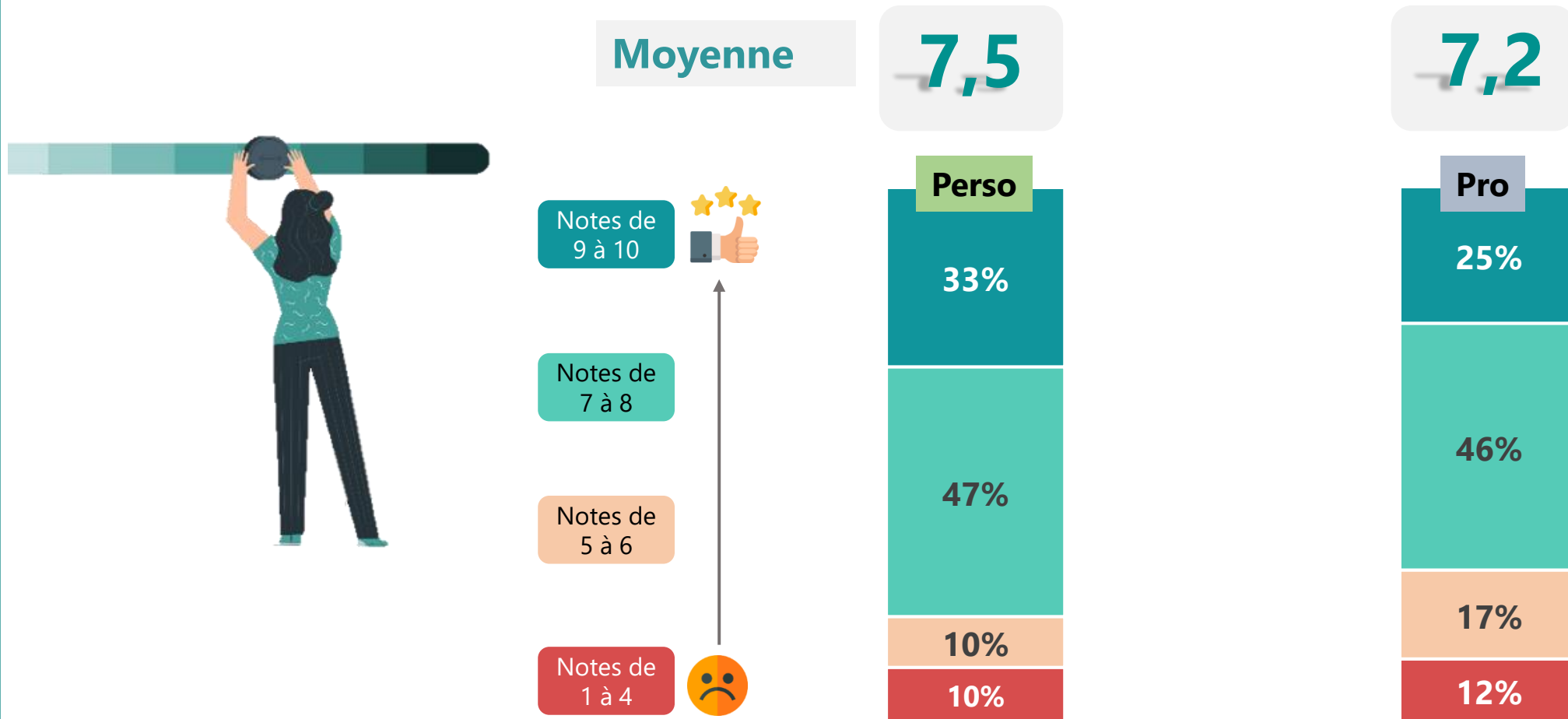
28%

Démarrage : les fonds ont été réunis et l'activité commerciale débute

10%



Un niveau de bien-être personnel comme professionnel élevé



Sur une échelle de 1 à 10, comment évaluez-vous... ?

Base : ensemble (600)

Et un **aveu inattendu !**



« de l'accompagnement d'expert. »

Des dirigeants qui prennent des **décisions solitaires** sur la base d'**informations partielles**

64%

2 sur 3 avouent prendre des décisions stratégiques alors qu'ils ne disposent **pas d'informations suffisantes**

37%

4 sur 10 prennent leurs décisions stratégiques de **façon unilatérale**

Êtes-vous **d'accord** avec les éléments suivants :

Base : ensemble (600)

Un espace pour apporter des réponses à ces contradictions



Les experts, les partenaires et les médias en 1^{ère} ligne pour aider les dirigeants

88%

PARTENAIRES

J'attends d'abord d'un partenaire de **la transparence, de l'honnêteté**

81%

MEDIAS

J'aime **gagner en compétence** grâce aux médias

59%

EXPERTS

J'ai besoin d'être **davantage accompagnés** pour faire mes choix

Qu'attendez-vous de vos prestataires de solutions et de services pour vous aider à faire vos choix ?

Voici plusieurs affirmations. Pour chacune d'elle veuillez nous indiquer si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord.

Base : ensemble (600)



Actualiser sa proposition de valeur
notamment dans un contexte d'incertitude

AIDER LES DIRIGEANTS

IDENTIFIER
LEURS DEFIS

●
experts

CONSTRUIRE UNE RELATION
DURABLE, SINCÈRE,
TRANSPARENTE

●
partenaires

DELIVRER DES INFORMATIONS
EXPERTES, VISION ET
COMPÉTENCES

●
médias

Les attributs spécifiques de la presse : Savoir, Comprendre, Penser



Je consulte de manière hebdomadaire...

+24 pts **Presse Papier**
76% COMEX vs 52% ensemble

+8 pts **Presse Digitale**
81% COMEX vs 73% ensemble

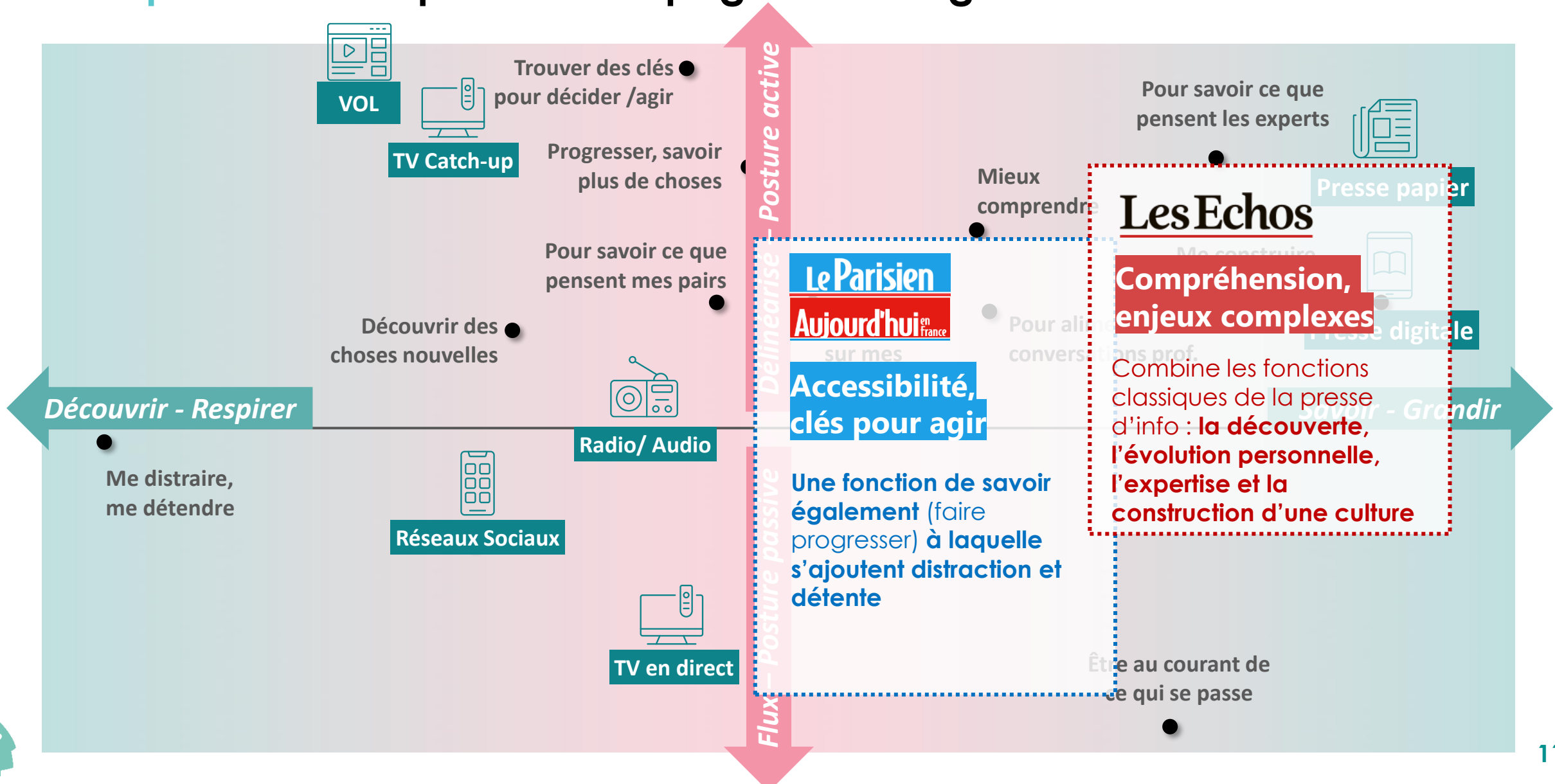
Là où les autres médias servent en n°1 à se distraire, détendre

1. Pour être au courant de ce qui se passe
2. Mieux comprendre
3. Me construire une opinion

De manière générale, à quelle fréquence diriez-vous que vous utilisez les médias suivants – ST Hebdomadaire Et finalement, dans quel objectif utilisez-vous chacun de ces médias ? Vous pouvez cocher plusieurs cases pour chaque media.



Les Echos et Le Parisien, deux marques complémentaires pour accompagner les dirigeants



Communiquer de manière efficace en B2B
en comprenant cette cible, telle qu'elle est réellement

PARLER AUX DIRIGEANTS

APPROFONDIR **CHAQUE**
TYPLOGIE, LE QUOTIDIEN
PROTÉIFORME, LES DIFFICULTES
AVEC **OPTIMISME**

●
ADAPTATION

LA PERFORMANCE N'EST PAS LE
SEUL LEVIER, GARDER UNE **PART**
D'EMOTION, CONNIVENCE,
REPONDRE AU BESOIN DE
RECONNAISSANCE AUSSI

●
PROXIMITÉ

SE PRESENTER PAR SES VALEURS,
COMME UNE **MARQUE FIABLE**,
SINCÈRE, SÉCURE, QUI ÉVOLUE
DANS UN **MONDE D'HONNÊTÉTÉ**

●
CONFIANCE

2024 PRO FEEL

Raconter les décideurs d'aujourd'hui

Pascale LUCA
Directrice Générale Adjointe
Les Echos Le Parisien Médias

pluca@lesechosleparisien.fr

Ligia DA SILVA MONTEIRO
Directrice Marketing
Les Echos Le Parisien Médias

ldasilvamonteiro@lesechosleparisien.fr

Les Echos
Le Parisien
MÉDIAS

“opinionway”