

L'OBSERVATOIRE DE L'ORALITÉ EN ENTREPRISE

2^{ème} édition

Contexte & objectifs de l'étude

CONTEXTE

La France est un vieux pays de tradition écrite et pourtant en ce début d'année 2023, la France de l'après COVID change ses modes de travail :

- › La grande démission a commencé,
- › Le télétravail s'installe dans la durée,
- › Le digital accélère encore.

Et en même temps,

- › Le podcast continue son explosion
- › Les newsletters donnent de la voix
- › Les sms et Whatsapp intègrent la parole

Alors, quelle est la place de l'oralité dans les grandes entreprises françaises en 2023 ?

OBJECTIFS

- › Réaliser un état des lieux des pratiques et des attentes des salariés français en matière de communication orale
- › Analyser les forces perçues de l'oralité en entreprise et les opportunités qu'elle offre aux entreprises

Métho dologie



Echantillon **1028 RÉPONDANTS**

(représentatifs des français actifs en entreprise de plus de 500 salariés, dont 269 répondants nomades et 343 managers)



Quotas répertoriés

Sexe, Age, UDA5, CSP, Secteur d'activité, Secteur privé vs public et Manager



RECUEIL ONLINE

Du 12 au 26 juillet 2022



Questionnaire **51 QUESTIONS**



Marge d'erreur pour 1000 répondants **± 3,0 points à 50%**

1 | LES SALARIÉS ET L'ORALITÉ

92% des salariés déclarent que la communication orale dans le monde professionnel est importante. 50% la jugent même très importante.

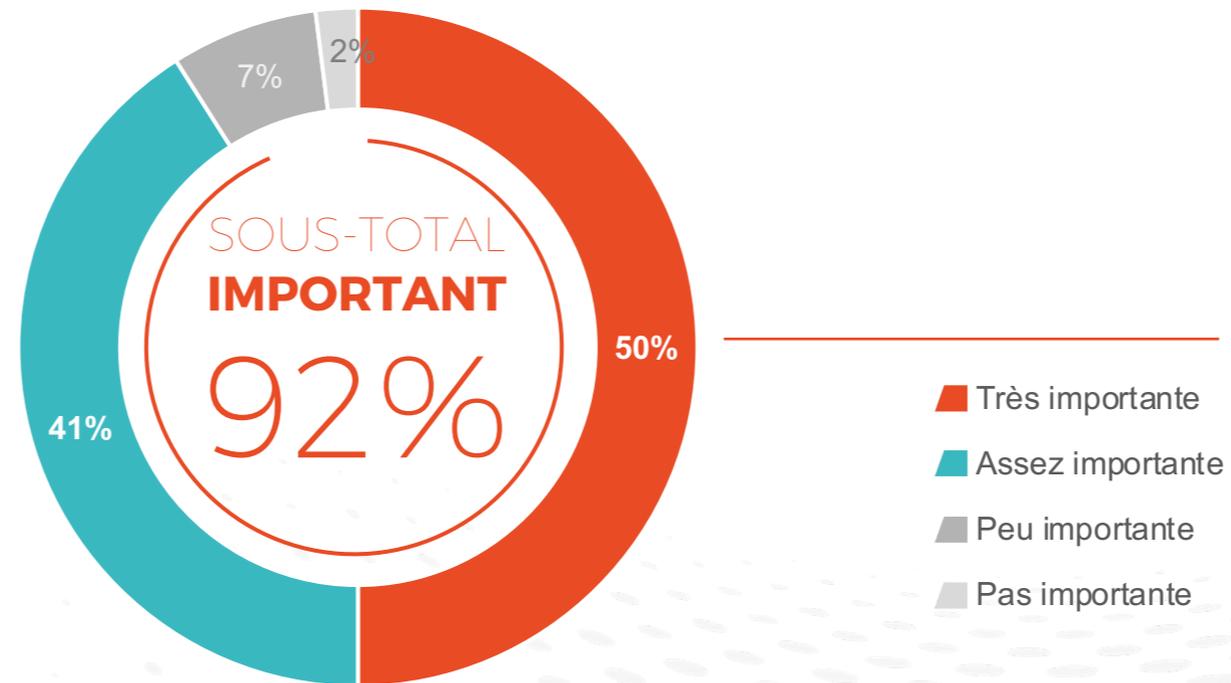
Q28.

A titre personnel, comment considérez-vous la communication orale dans le cadre professionnel ?

Base répondants : 1028 répondants salariés d'entreprises de plus de 500 salariés

SALARIÉS

ENTREPRISES DE PLUS DE 500 SALARIÉS



La communication orale est perçue comme importante car elle est un pilier des relations sociales favorisant la cohésion et permettant le dialogue

Q29. Pourquoi considérez-vous que la communication orale est très importante / assez importante / peu importante dans le cadre professionnel ?

Base répondants : 1028 répondants salariés d'entreprises de plus de 500 salariés

La communication orale est un pilier des relations sociales et favorise la cohésion

> 21%

Le mode de communication plus simple, rapide, direct et efficace

> 18%

Permet le dialogue et la confrontation d'idées

> 16%

Facilite les échanges informels et la transmission d'informations

> 12%

2

LES HABITUDES D'ÉCOUTE

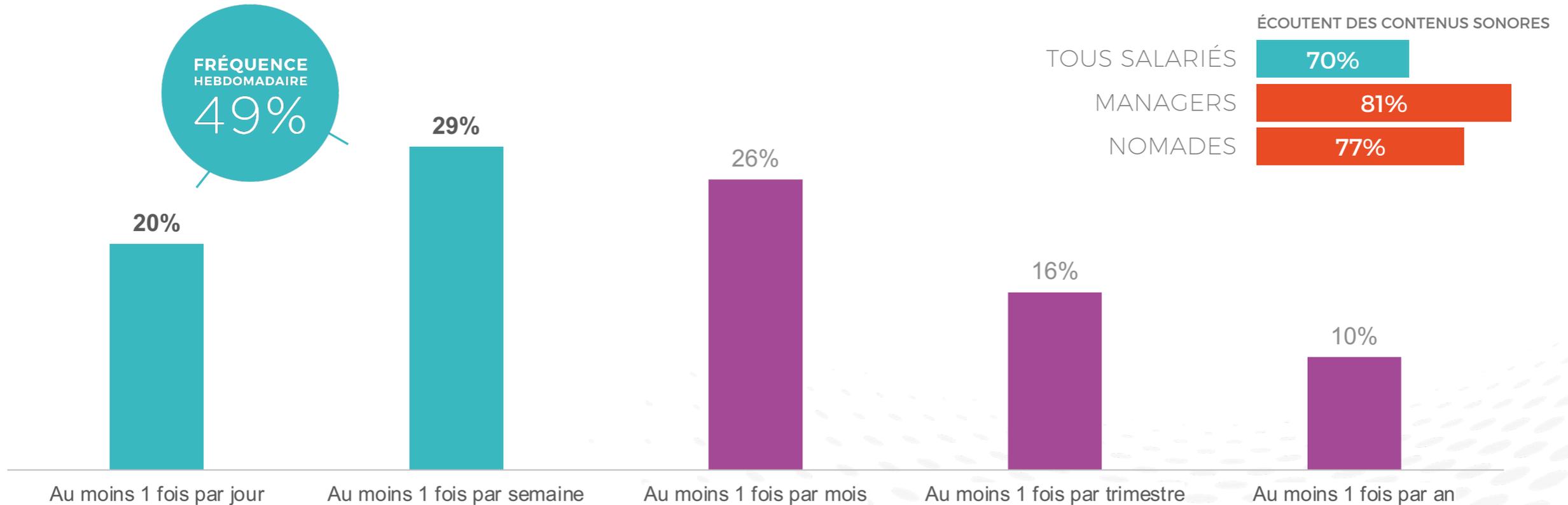
DANS LE CADRE PROFESSIONNEL

70% des salariés consomment des contenus sonores dans le cadre de leur vie professionnelle. Pour la moitié d'entre eux c'est une habitude hebdomadaire

Q30.

Écoutez vous des contenus sonores dans le cadre de votre travail ?

Base répondants : 1028 répondants salariés d'entreprises de plus de 500 salariés

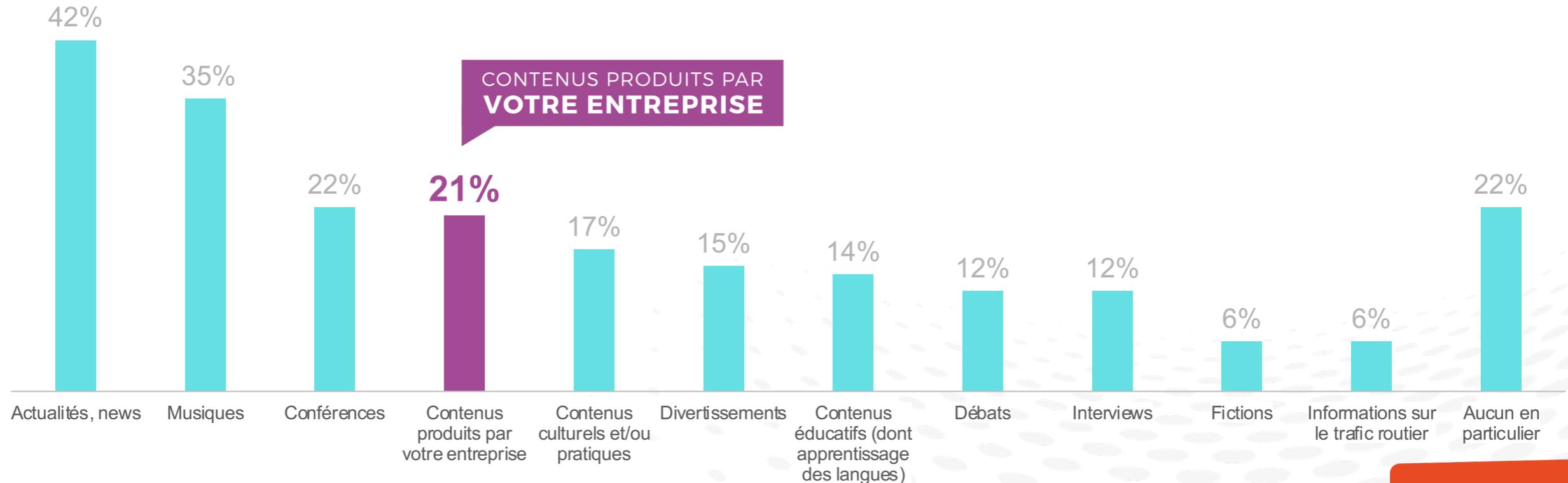


Quels sont les contenus préférés des salariés au travail ? Actu, musique, conférences, contenus de l'entreprise !

Q19

Quels sont vos trois types de contenus sonores que vous préférez écouter dans votre vie professionnelle ?

Base répondants : 1028 répondants salariés d'entreprises de plus de 500 salariés

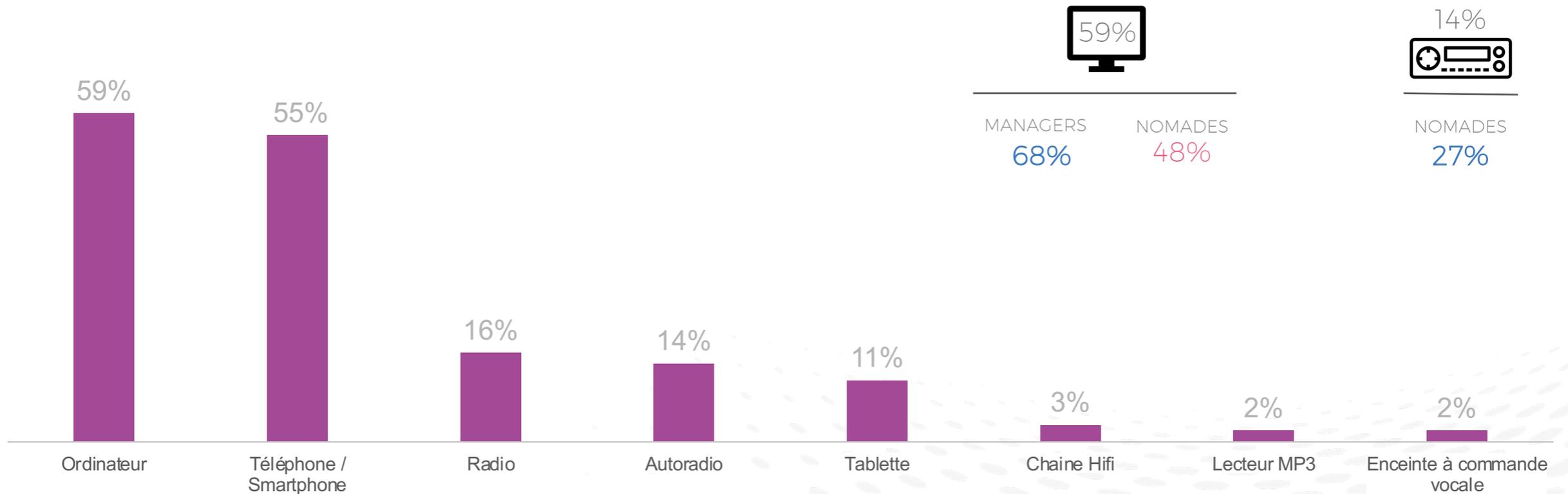


Dans le cadre de leur vie professionnelle, les salariés consomment l'audio via l'ordinateur et le smartphone principalement

Q20

À partir de quelles sources écoutez-vous régulièrement des contenus sonores dans votre vie professionnelle ?

Base répondants : 1028 répondants salariés d'entreprises de plus de 500 salariés



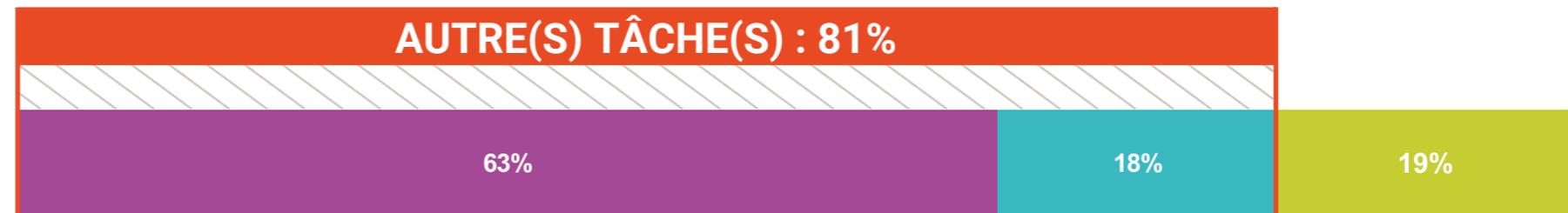
L'audio, format du multitasking par excellence, est consommé très majoritairement alors que les salariés font une ou plusieurs autres tâches

Q21.

Généralement, lorsque vous écoutez des contenus sonores...

Base répondants : 1028 répondants salariés d'entreprises de plus de 500 salariés

SALARIÉS
ENTREPRISES DE PLUS DE 500 SALARIÉS



■ Vous effectuez une autre tâche en même temps

■ Vous effectuez plusieurs autres tâches en même temps

■ Vous ne faites que cela

Les salariés consomment les contenus sonores principalement lors de leurs déplacements et pour 1/3 d'entre eux directement sur leur lieu de travail

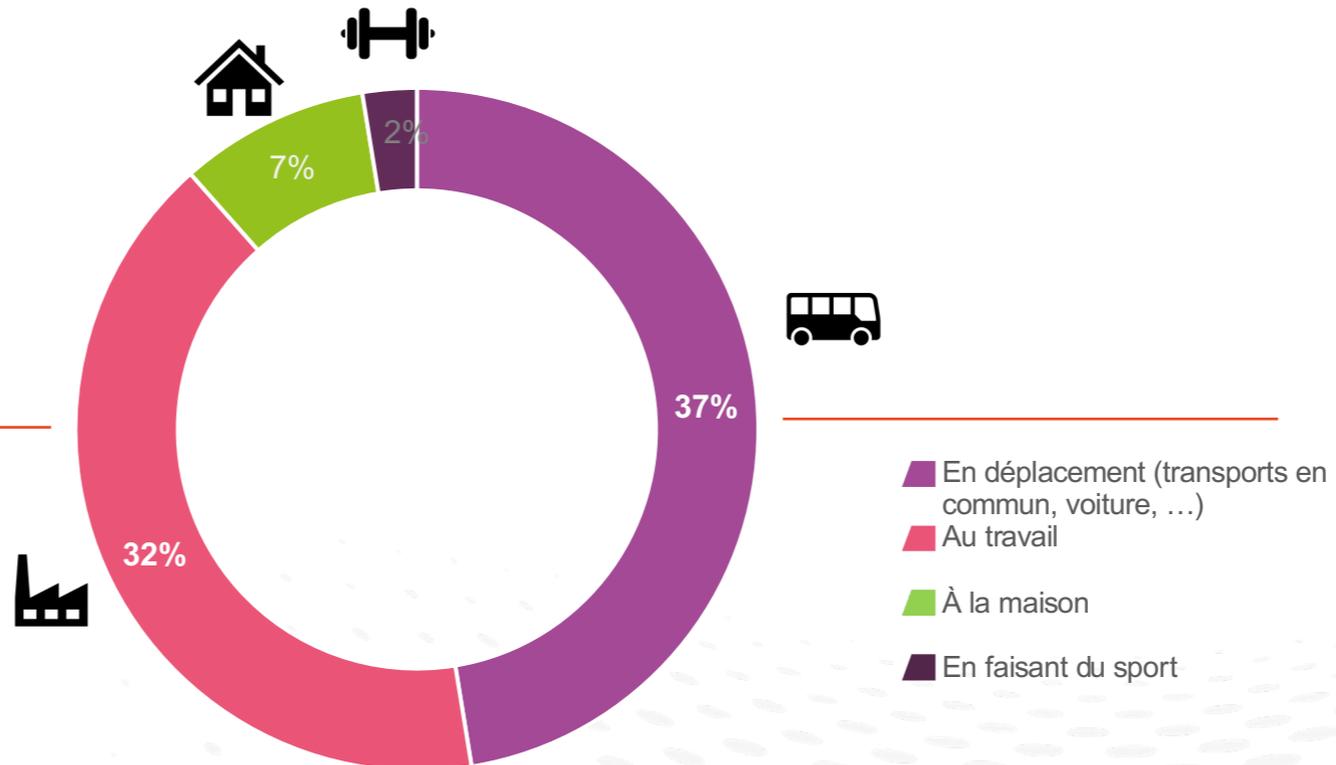
Q22.

Quand écoutez-vous le plus souvent des contenus sonores ?

Base répondants : 1028 répondants salariés d'entreprises de plus de 500 salariés

SALARIÉS

ENTREPRISES DE PLUS DE 500 SALARIÉS



Les contenus sonores d'entreprise séduisent leurs salariés. 64% D'ENTRE EUX DÉCLARENT LES ÉCOUTER

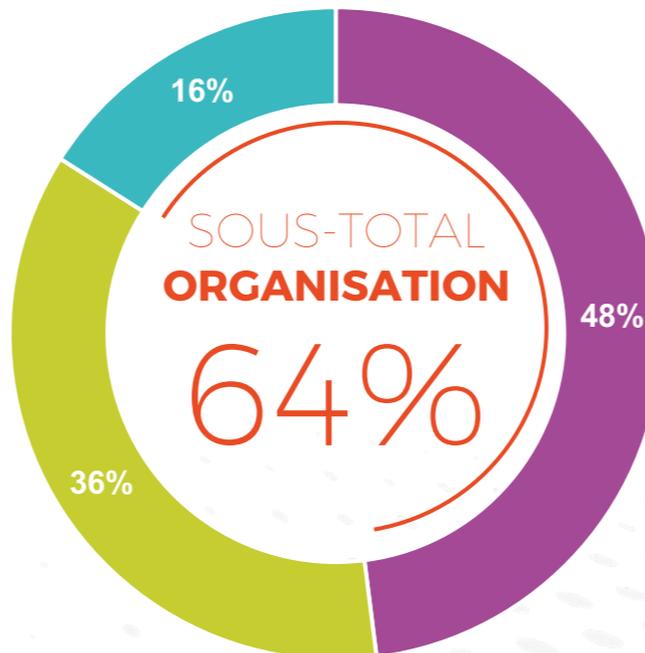
Q31.

D'où vient le contenu que vous écoutez au travail ?

Base répondants : 716 salariés d'entreprises de plus de 500 salariés ayant déclaré écouter des contenus sonores au travail

SALARIÉS

ENTREPRISES DE PLUS DE 500 SALARIÉS



- De votre organisation (radio d'entreprise, sons disponibles sur l'intranet, etc.)
- De vous-même (musique, podcast, radio, etc.)
- De votre organisation et de vous-même

Près de la moitié des salariés déclarent que leur entreprise produit des contenus sonores.

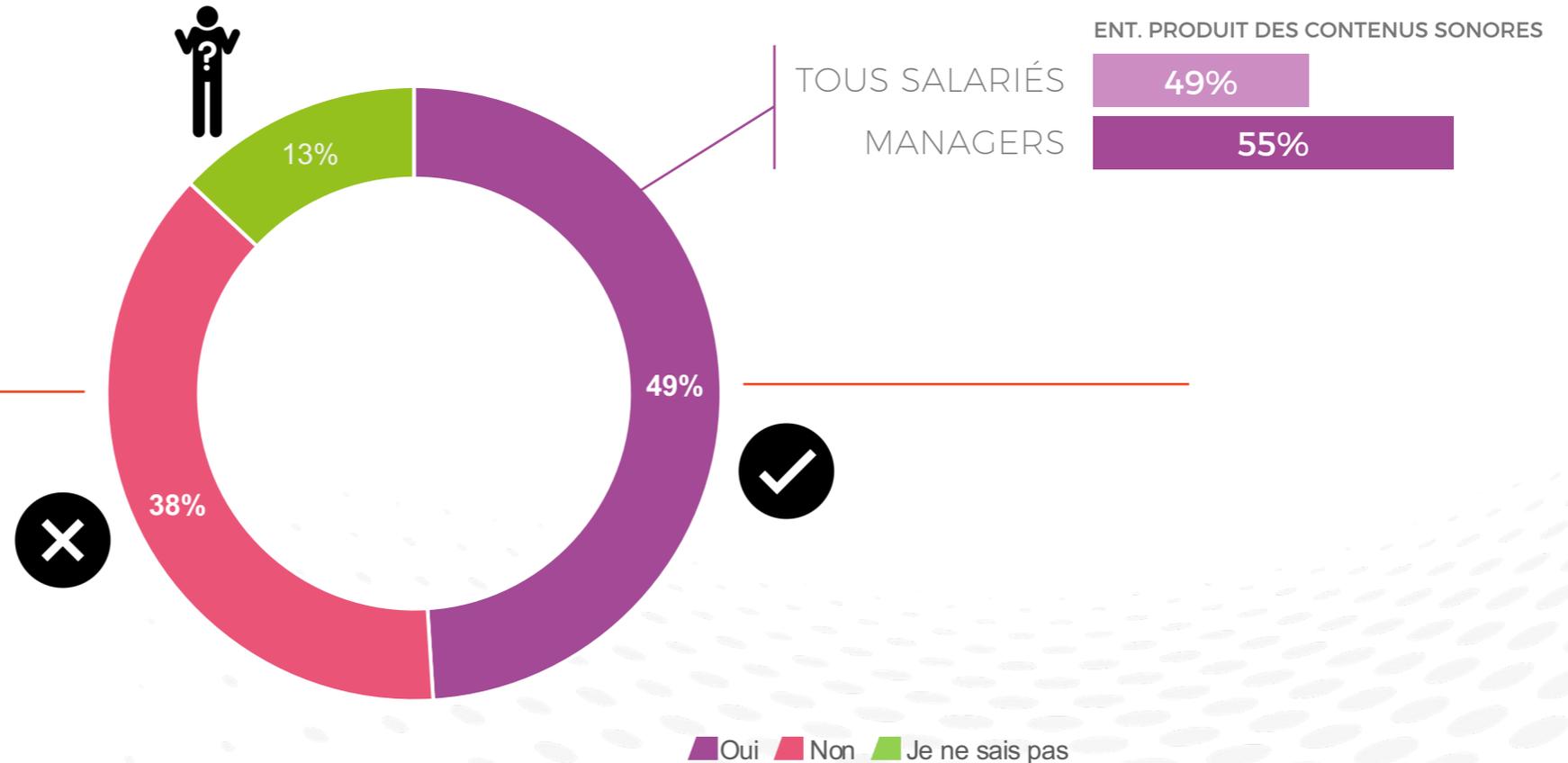
Q32.

Votre entreprise produit-elle des contenus sonores (radio interne, radio clients, podcasts, contenus audio sur l'intranet, etc. ?)

Base répondants : 716 salariés d'entreprises de plus de 500 salariés ayant déclaré écouter des contenus sonores au travail

SALARIÉS

ENTREPRISES DE PLUS DE 500 SALARIÉS



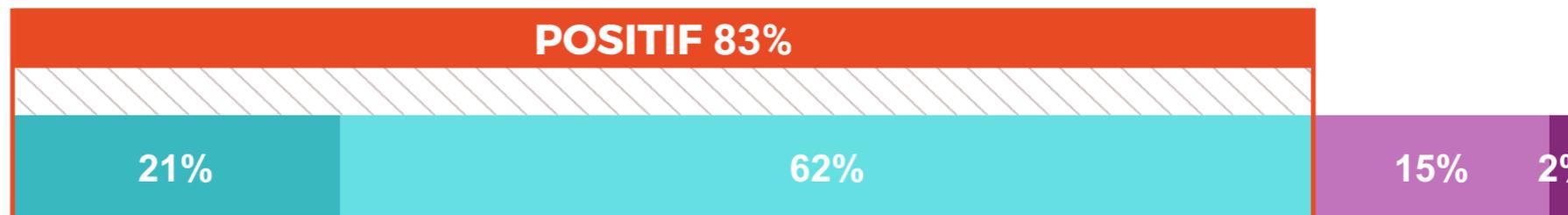
83% des salariés déclarent que le podcast d'entreprise améliore l'impact de la communication interne.

Q34.

Selon vous, est-ce que les contenus sonores améliorent l'impact de la communication interne ?

Base répondants : 372 salariés d'entreprises de plus de 500 salariés qui produisent des contenus sonores et/ou qui ont spécifiquement et régulièrement promu un format podcast

SALARIÉS
ENTREPRISES DE PLUS DE 500 SALARIÉS



■ Oui tout-à-fait

■ Oui plutôt

■ Non plutôt pas

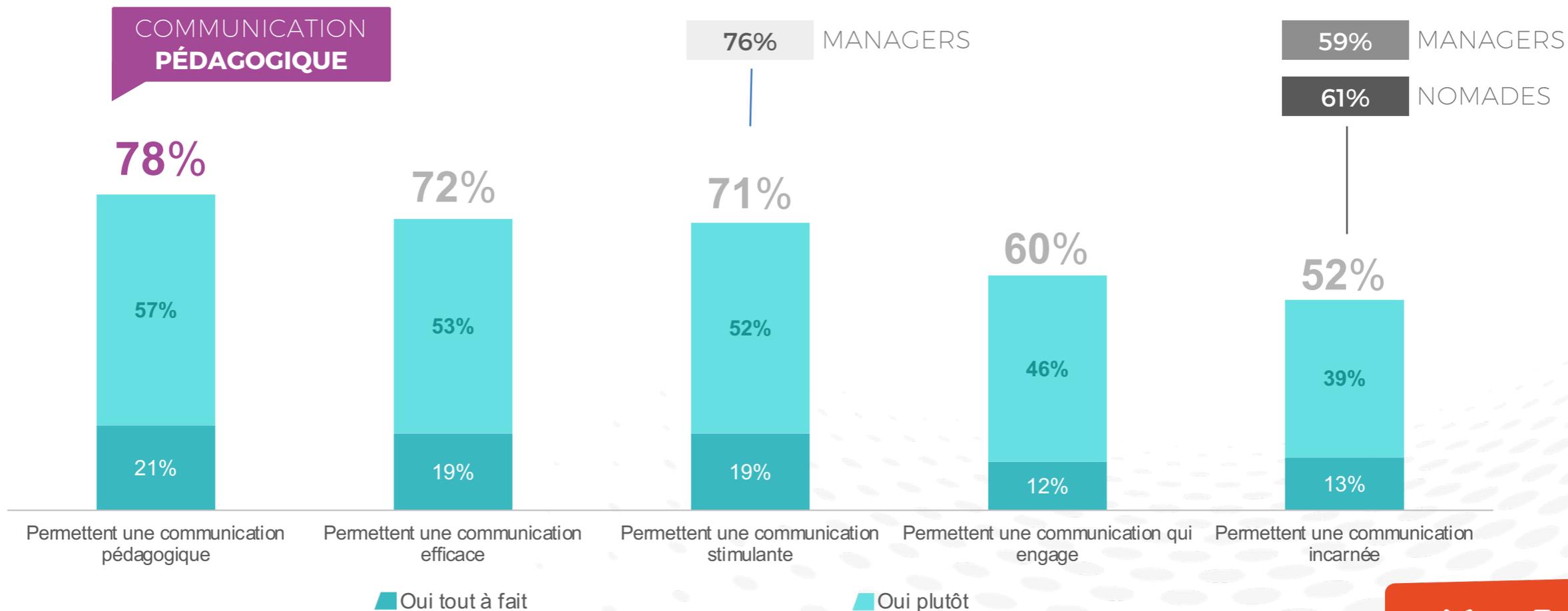
■ Non pas du tout

Plus de 7 salariés sur 10 s'accordent à dire que les contenus sonores permettent une communication pédagogique, efficace et stimulante

Q35 à 39.

Pour chacun des propositions suivantes, indiquez si elle correspond selon vous aux usages des contenus sonores dans l'entreprise en général ...

Base répondants : 372 salariés d'entreprises de plus de 500 salariés qui produit des contenus sonores et/ou qui a spécifiquement et régulièrement promu un format podcast



Plus de 2/3 des répondants jugent les contenus sonores produits par leur entreprise de bonne qualité

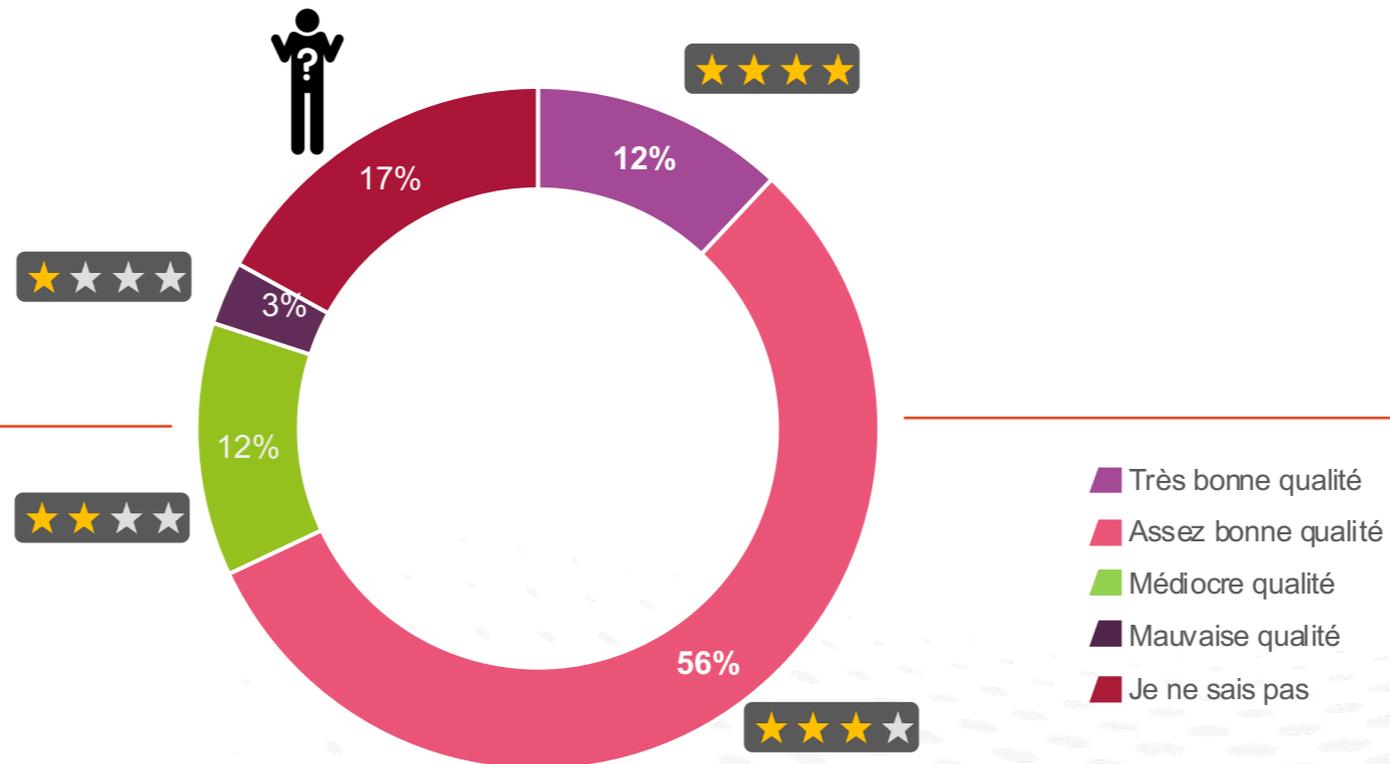
Q40.

Dans l'ensemble, comment jugez-vous la qualité des contenus sonores produits par votre entreprise ?

Base répondants : 372 salariés d'entreprises de plus de 500 salariés qui produit des contenus sonores et/ou qui a spécifiquement et régulièrement promu un format podcast

SALARIÉS

ENTREPRISES DE PLUS DE 500 SALARIÉS



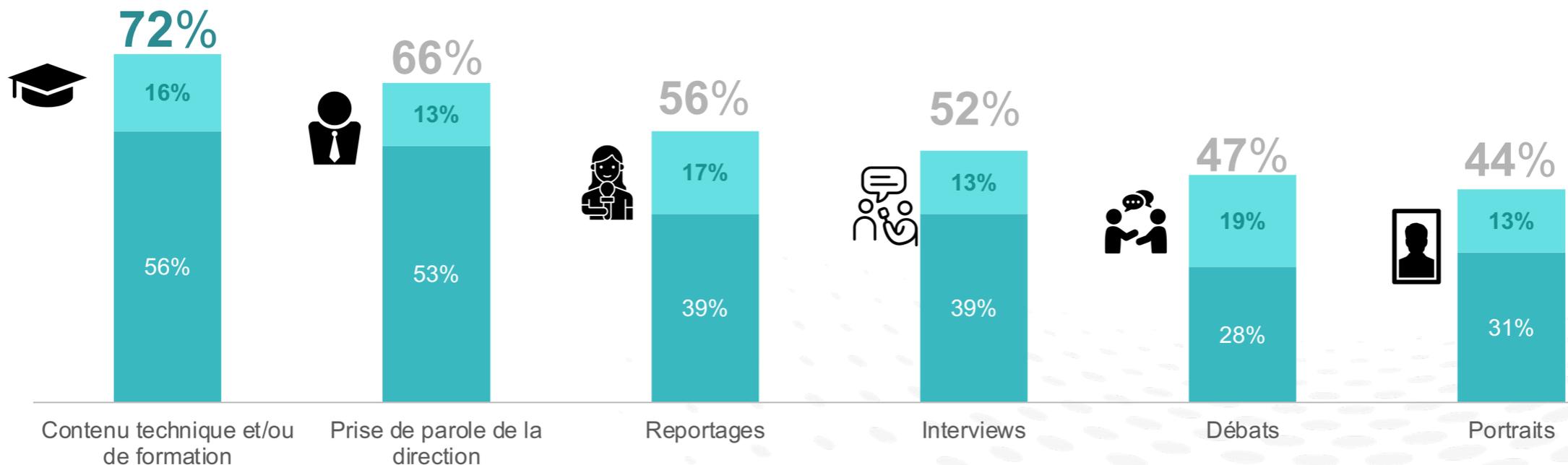
7 salariés sur 10 sont intéressés par les contenus techniques et/ou de formation.

Q41 à 46.

Pour vous, parmi les types de contenus sonores suivants, lesquels...

Base répondants : 716 salariés d'entreprises de plus de 500 salariés ayant déclaré écouter des contenus sonores au travail

CONTENU TECHNIQUE ET/OU DE FORMATION



■ Sont produits par votre entreprise et vous intéressent

■ Ne sont pas produits par votre entreprise et vous manquent

4 salariés sur 10 écoutent des contenus sonores de leur entreprise sur leurs équipements personnels.

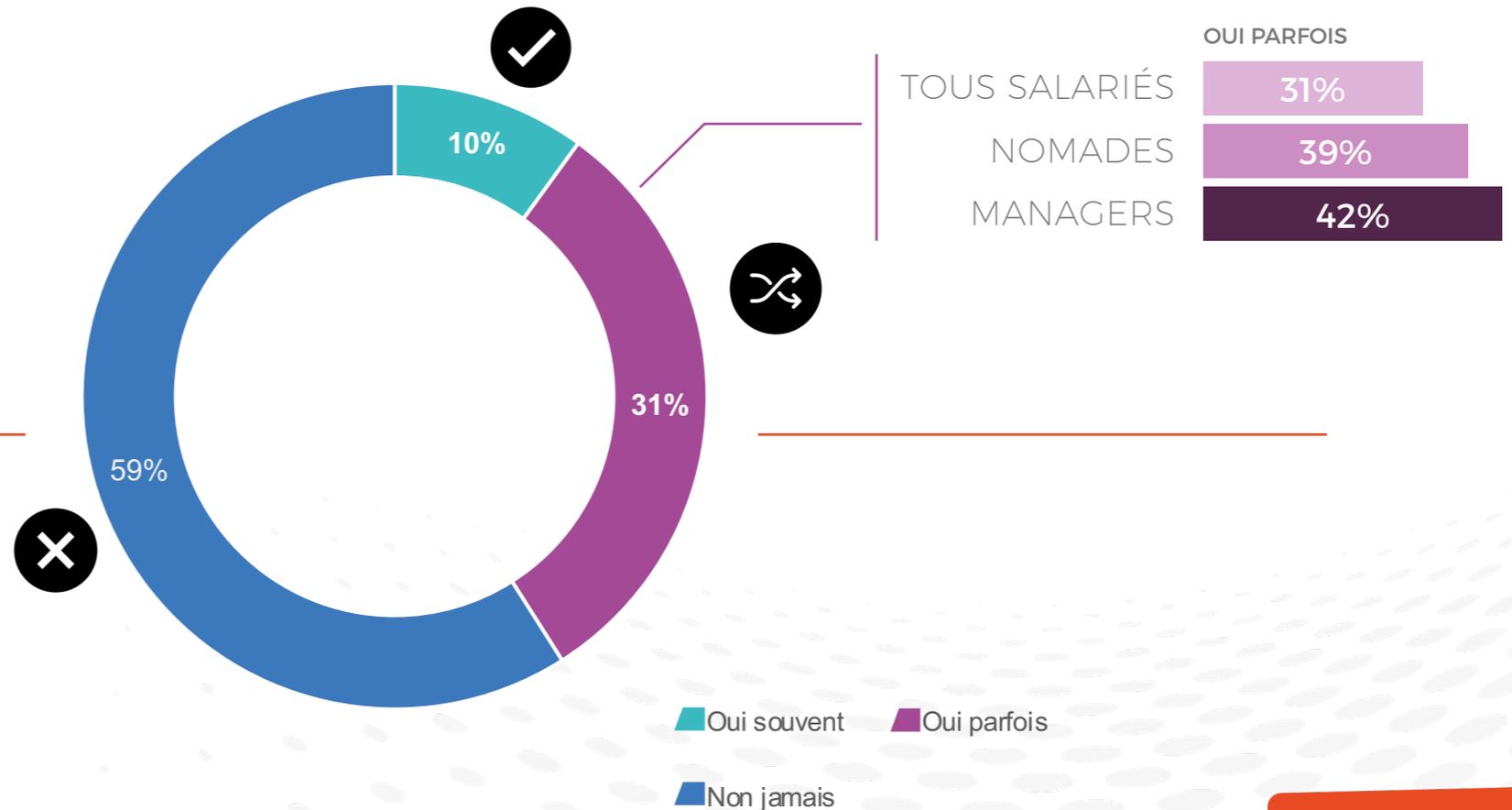
Q48.

Vous arrive-t-il d'écouter les contenus sonores produits par votre entreprise sur vos équipements personnels (smartphone, tablette, ordinateur...)

Base répondants : 716 salariés d'entreprises de plus de 500 salariés ayant déclaré écouter des contenus sonores au travail

SALARIÉS

ENTREPRISES DE PLUS DE 500 SALARIÉS



46% des salariés pensent que la propagation du télétravail doit pousser les entreprises/organisations à intensifier leur production de contenus sonores

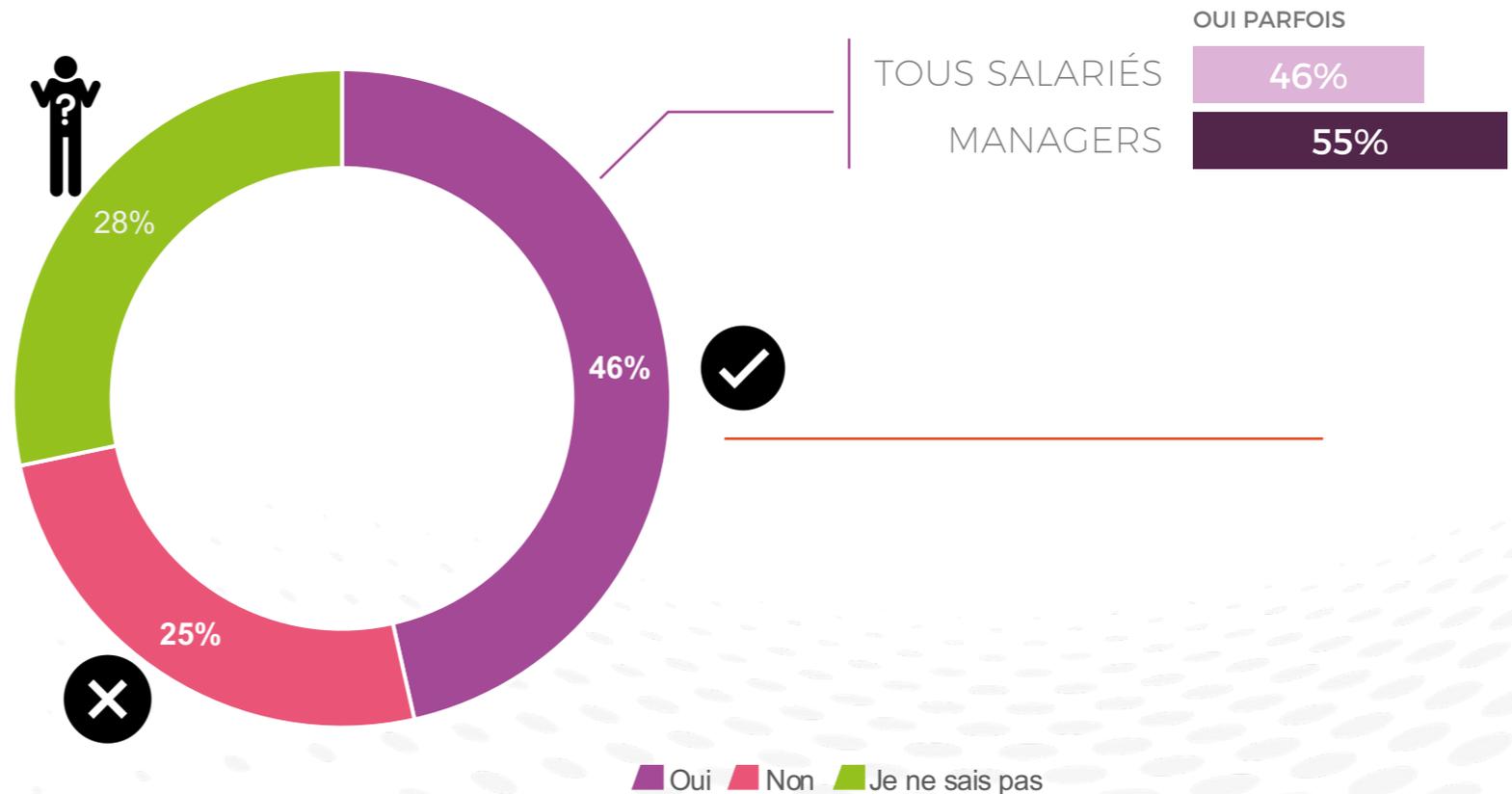
Q49.

Pensez-vous que la récente propagation de télétravail doit pousser les entreprises et organisations à intensifier leur production de contenus sonores ?

Base répondants : 1028 répondants salariés d'entreprises de plus de 500 salariés

SALARIÉS

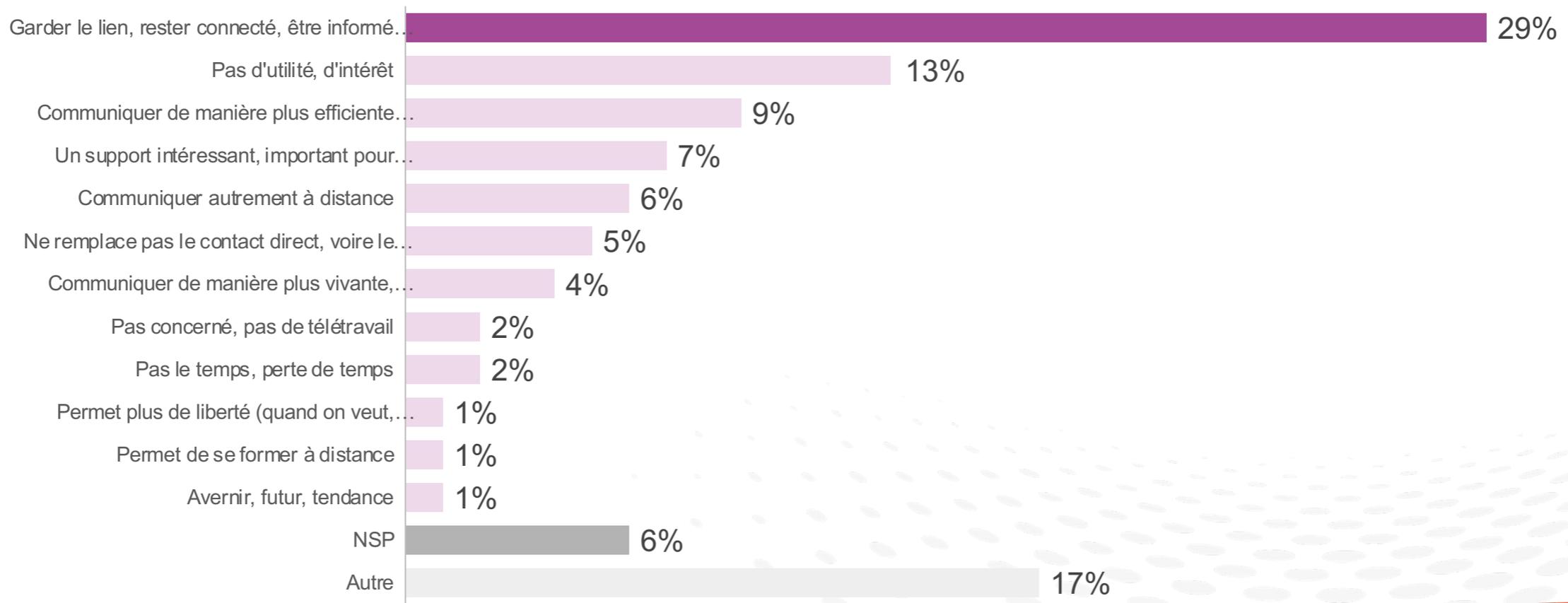
ENTREPRISES DE PLUS DE 500 SALARIÉS



Garder le lien/informer est la principale raison de proposer des contenus sonores

Q50. Pourquoi ?

Base répondants : 739 répondants salariés d'entreprises de plus de 500 salariés ayant répondu oui ou non à la Q49

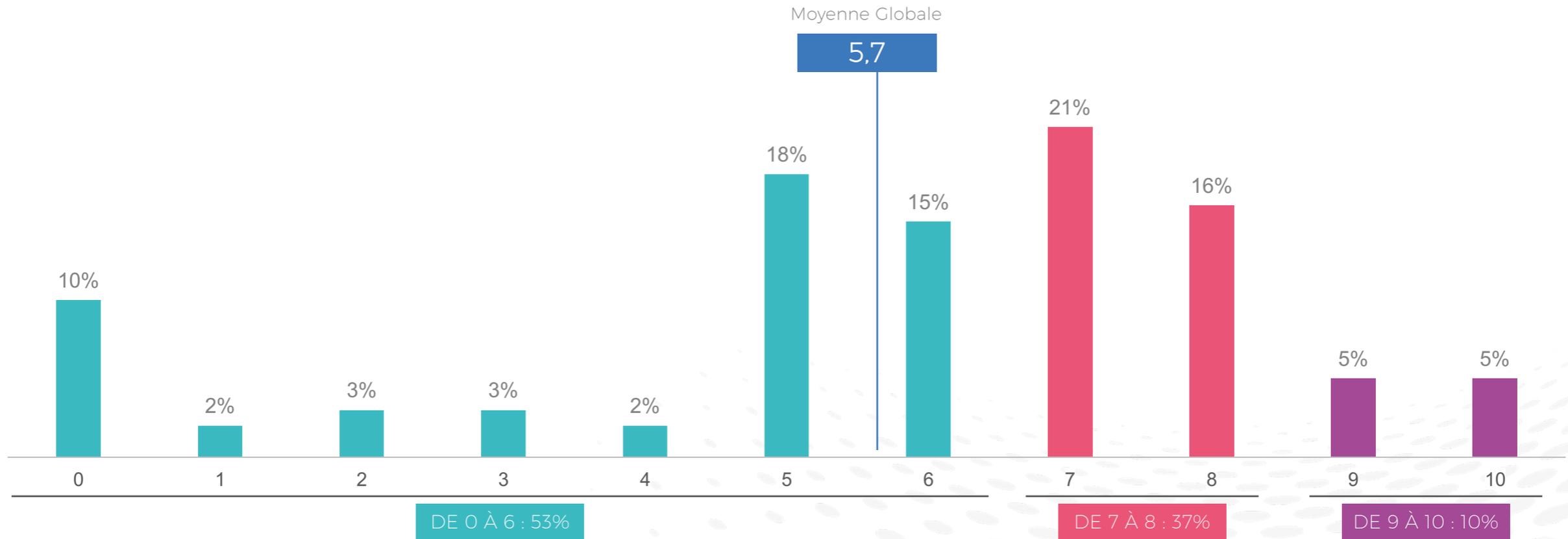


Près de la moitié des salariés exprime une attente égale ou supérieure à 7 quant à l'amélioration de l'offre de contenus sonores par leur entreprise

Q50.

Pour conclure, quel est votre niveau d'attente quant à l'amélioration de l'offre de contenus sonores par votre entreprise ?

Base répondants : 1028 répondants salariés d'entreprises de plus de 500 salariés



3

FOCUS SUR LE PODCAST

**USAGES DES SALARIÉS
INTÉRÊT DANS L'ENTREPRISE**

43% des salariés déclarent avoir déjà écouté un podcast au travail. C'est encore plus chez les managers et les salariés nomades

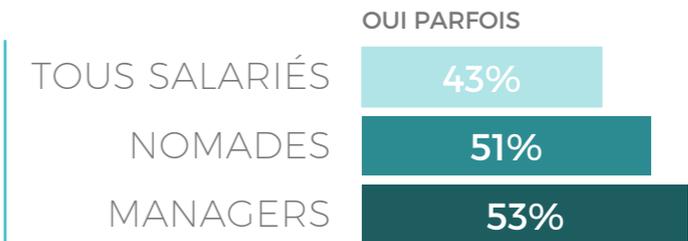
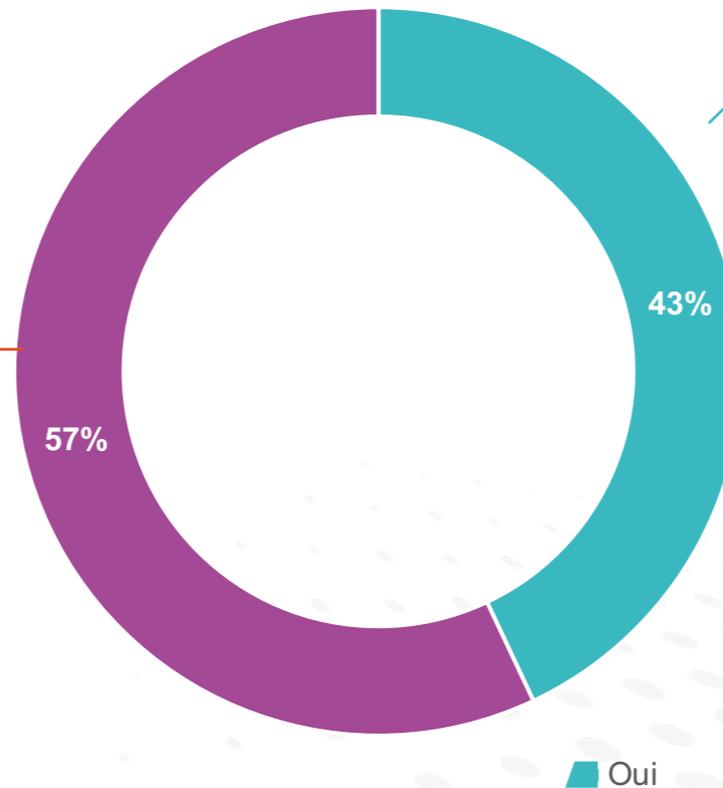
Q23.

Un podcast est un contenu audio numérique. Il peut être issu des programmes des stations de radio (chroniques, journaux, documentaires...) ou il peut être produit sur tout type de sujet (fiction, culturel, informatif, santé...) en vue d'une diffusion directe auprès du public. Diriez-vous que vous en avez déjà écouté dans le cadre de votre entreprise ?

Base répondants : 1028 répondants salariés d'entreprises de plus de 500 salariés

SALARIÉS

ENTREPRISES DE PLUS DE 500 SALARIÉS



L'écoute de podcast est hebdomadaire pour 42% des salariés auditeurs, mensuelle pour 72%

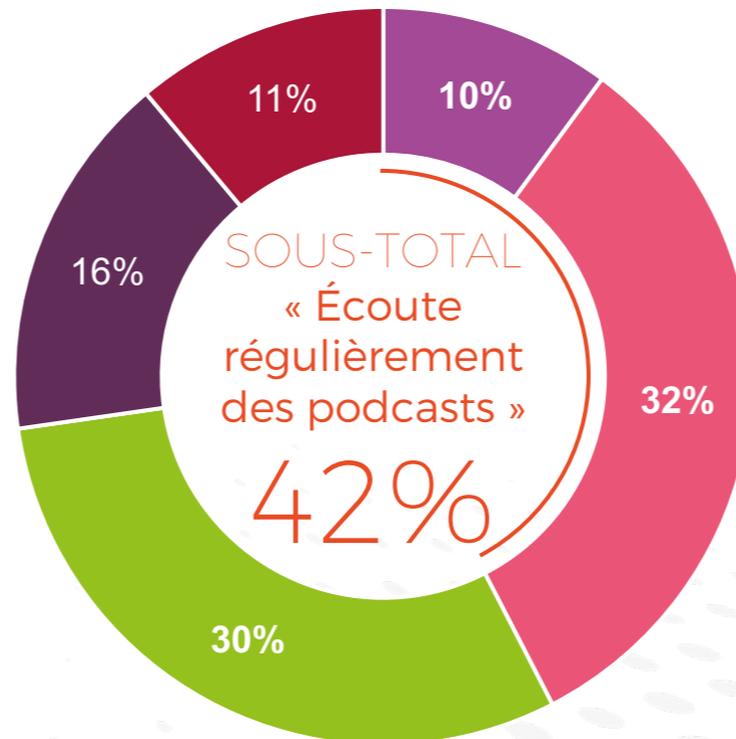
Q24.

À quelle fréquence écoutez-vous des podcasts ?

Base répondants : 429 répondants salariés d'entreprises de plus de 500 salariés qui ont déjà écouté des podcasts dans le cadre de leur entreprise

SALARIÉS

ENTREPRISES DE PLUS DE 250 SALARIÉS



- Au moins 1 fois par jour
- Au moins 1 fois par semaine
- Au moins 1 fois par mois
- Au moins 1 fois par trimestre
- Au moins 1 fois par an

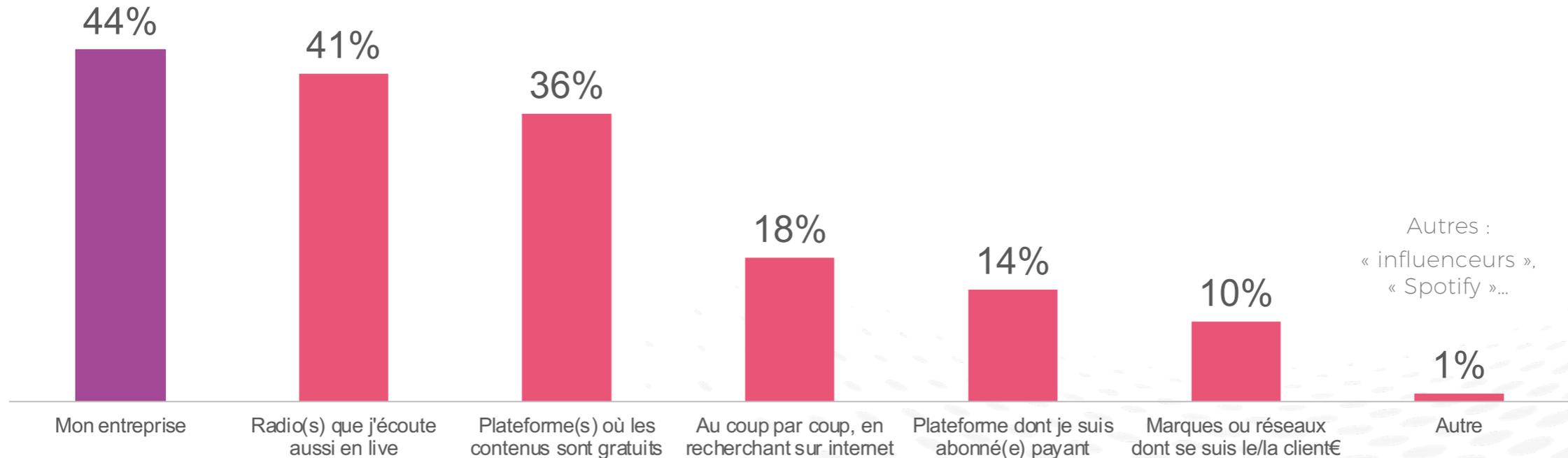
Les podcasts venant de leur entreprises arrivent en tête des contenus écoutés par les salariés, légèrement au dessus des podcasts venant des radios

Q25.

Quelles sont les sources principales des podcasts que vous écoutez ?

Base répondants : 429 répondants salariés d'entreprises de plus de 500 salariés qui ont déjà écouté des podcasts dans le cadre de leur entreprise

PODCASTS PRODUITS PAR L'ENTREPRISE

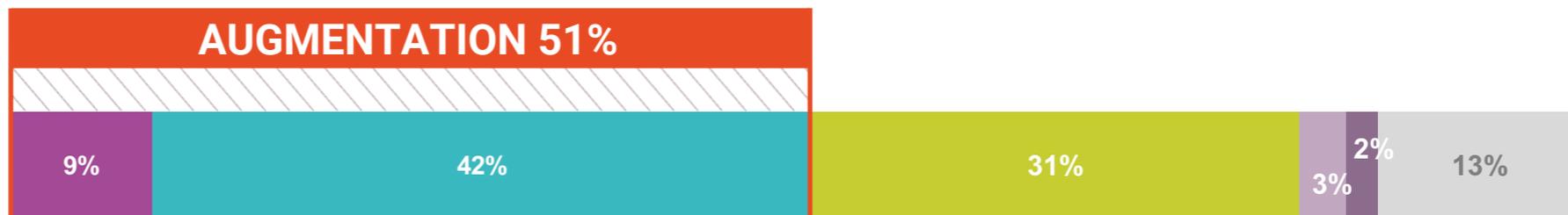


1 répondant sur 2 déclare que sa consommation de podcast va augmenter

Q27. Selon vous comment va évoluer dans les 5 ans votre « consommation » de podcasts ?

Base répondants : 429 répondants salariés d'entreprises de plus de 500 salariés qui ont déjà écouté des podcasts dans le cadre de leur entreprise

SALARIÉS
ENTREPRISES DE PLUS DE 500 SALARIÉS



■ Forte augmentation ■ Augmentation ■ Stagnation ■ Baisse ■ Forte baisse ■ Je ne sais pas

ILLUSTRATIONS PRATIQUES

ANIMER SA COMMUNAUTÉ DE MANAGERS



➤ Cibles

- Les 55 Directeurs d'Unité de Production
- Les 80 Top managers répartis partout en France

➤ Objectifs

- Valoriser le collectif et l'ensemble des équipes.
- Fédérer la communauté via le partage d'expérience, de connaissances et de bonnes pratiques.
- Informer et motiver les auditeurs.
- Inspirer en partageant des contenus de prise de hauteur.

➤ Dispositif

- Un podcast bi-mensuel de 5 minutes avec un intervenant.
- Une ligne éditoriale variée proposant au fil des épisodes des portraits, des zooms sur les enjeux managériaux et de la pédagogie autour de l'actu de l'activité.

➤ Diffusion

- Bubblecast sécurisé (plateforme Mediammeeting)

➤ Audience

- 80% de la cible a écouté au moins un épisode
- Durée d'écoute par auditeur : 65%

FORMER LES COMMERCIAUX



➤ Cibles

- Les 150 commerciaux de l'entité Urgo Healthcare

➤ Objectifs

- Proposer un outil de formation adapté aux collaborateurs en mobilité
- Vulgariser l'information pour une meilleure compréhension
- Valoriser les collaborateurs grâce à un partage des bonnes pratiques

➤ Dispositif

- Un podcast mensuel de 5 minutes

➤ Diffusion

- Bubblecast sécurisé (plateforme Mediammeeting)

CONCLUSION

CONCLUSION

- **Communication orale : une attente forte**
- **L'oralité : une opportunité porteuse de sens pour les entreprises.**
- **L'audio un média fort !**



MERCI !

www.mediammeeting.fr

www.occurrence.fr