

Tous communicants !



Jusqu'à une époque pas si lointaine, toute la communication audiovisuelle interne ou externe des entreprises ou organisations passaient par un service intégré, disposant des logiciels et ordinateurs complexes et coûteux, maîtrisés par une poignée de spécialistes.

La dématérialisation des supports, la simplification et démocratisation des outils et surtout l'explosion des réseaux sociaux ont fait voler tout cela en éclats. C'est un enjeu majeur pour les entreprises qui, d'un côté, multiplient leurs canaux de communication, mais, de l'autre, courrent le risque de débordements, détournements, fuites et manipulations.

L'explosion des réseaux sociaux

Selon l'institut Statista, en 2025, 75,7 % de la population active en France est présente sur les réseaux sociaux, soit une augmentation de près de 10 % par rapport à 2021.

Facebook continue de dominer le panorama (39 millions d'utilisateurs mensuels en France selon Business Insights 2025), suivi par Instagram et ses 29 millions d'adeptes. Mais le vrai sprinteur s'appelle TikTok : la plateforme affiche une progression de 25 % sur un an et franchit désormais la barre des 21 millions d'utilisateurs actifs. LinkedIn prospère également, s'imposant comme un outil incontournable pour les relations B2B et le recrutement – avec plus de 14 millions d'utilisateurs.

Chaque utilisateur passe en moyenne 2 heures et 12 minutes par jour sur ces plateformes, un chiffre en constante augmentation (Médiamétrie, 2025). L'intégration massive des outils numériques dans la vie quotidienne transforme radicalement la manière dont les entreprises s'adressent à leurs publics. Cette inter-pénétration offre aux organisations la capacité de cibler chaque audience avec finesse, qu'il s'agisse d'accrocher des

prospects potentiels ou d'attirer des candidats en quête de nouveaux défis.

Les réseaux sociaux, nouveaux héros de la culture d'entreprise

Pour les entreprises, l'impact est colossal : 89 % des directions marketing B2B y recourent, et la plupart des salariés y deviennent les relais officiels, ou parfois incontrôlables, de la marque employeur.

Le marketing d'influence se décline aussi en mode « salarié ambassadeur », où chaque collaborateur, formé ou inspiré, véhicule à ses coéquipiers ou au monde extérieur la culture d'entreprise, les « inside stories », ou les vidéos des séminaires RH internes.

Résultat : chaque employé, agent de terrain ou cadre sédentaire, dispose, avec son smartphone, d'une caméra et d'un micro toujours sous la main. Toutes ces plateformes, y compris YouTube, pro-

posent des outils intégrés de création de contenus, dont certains générés par l'Intelligence Artificielle.

La frontière entre le réel et le virtuel se floute chaque jour davantage. Il est par exemple tout à fait possible aujourd'hui d'imiter à la perfection la voix de n'importe quel dirigeant, et même son image, et lui faire dire les pires insanités : une technique qui a déjà fait son entrée dans la communication politique et qui risque, malheureusement, de se généraliser.

Outils, matériels et logiciels : la trousse du communicant 2025

Pour le moment, ces créations truquées sont encore l'apanage de spécialistes. Les outils du quotidien dans les entreprises sont beaucoup plus simples d'utilisation et sont devenus aussi courants que les traitements de texte et tableurs.

À l'ère de la **communication tout-par-tout-toujours**, voici une anatomie comparative des principaux logiciels de communication d'équipe, de création audiovisuelle et de gestion vidéo.

Le Choix de la Plateforme

Tout-en-un

Face à la multiplication des outils, certaines entreprises privilégient des solutions intégrées. **Talkspirit** se positionne comme la plateforme collaborative française tout-en-un, conçue pour rassembler tous les outils nécessaires à une communication efficace.

Elle propose non seulement le tchat instantané, la visioconférence et l'audioconférence, mais aussi des fonctionnalités avancées comme le tableau Kanban.

Une caractéristique notable de Talkspirit est sa capacité à permettre l'accès sans email, intégrant ainsi tous les collaborateurs.

De plus, elle offre une garantie RGPD, avec des données hébergées en UE (chez OVHcloud). Ses plans payants démarrent à 5€ par mois par utilisateur.

Les Géants de la Messagerie et de l'Écosystème

Plusieurs acteurs majeurs dominent le marché en s'appuyant sur leur intégration forte à des suites logicielles.

Slack, souvent salué pour être une application de messagerie facile à utiliser, organise les conversations en canaux thématiques personnalisables. Il est particulièrement reconnu pour son système d'intégrations très bien développé et inclut la visioconférence. Ses tarifs commencent à partir de 6,25€ par mois par utilisateur, avec une version freemium disponible.

De son côté, Microsoft Teams est un espace de travail collaboratif en ligne totalement intégré à l'écosystème d'outils Microsoft 365. Il permet la messagerie instantanée, le stockage, le partage et la co-édition de documents. L'accès y est cependant impossible sans email. Une version freemium est proposée, et les plans payants débutent à 3,40 € HT pour Microsoft Teams Essentials.

La suite Google Workspace propose quant à elle Google Chat et Google Meet. Ces outils permettent le tchat de groupe (Chat) et des appels vidéo HD (Meet), avec des fonctionnalités telles que le partage d'écran et les sous-titres instantanés. Le plan *Business Starter* est disponible à 4,68€/mois par utilisateur.

Les Spécialistes de la Visioconférence

D'autres solutions se concentrent sur la qualité des réunions en ligne :

Zoom est la plateforme de référence axée sur la visioconférence et la conférence web basées sur le cloud. Elle assure une visio et audio HD, l'enregistrement, la transcription, ainsi que des discussions de groupes. Le plan Pro est affiché à 13,99€/mois par licence.

De même, GoToMeeting est une plateforme en ligne permettant d'organiser facilement des visioconférences et audioconférences HD, incluant l'aperçu de webcam et l'outil de dessin.

Le plan *Professional* coûte 10,75€/mois par organisateur.

Dans le domaine de l'open source, **Jitsi** offre une alternative notable. Ce logiciel de visioconférence open source est gratuit. Il permet d'organiser des réunions en ligne jusqu'à 100 participants en simultané.

Alternatives Flexibles et Abordables

Le marché propose également des solutions avec des spécificités uniques ou des tarifs très compétitifs.

Workplace, développé par Meta, est un réseau social d'entreprise qui réplique l'expérience utilisateur de Facebook pour une prise en main rapide et aisée. Il utilise la messagerie Work Chat et coûte \$4/mois par utilisateur.

Parmi les messageries collaboratives, **Flock** offre plus de 40 possibilités d'intégrations et un plan Pro à \$4.50/mois par utilisateur.

Attention au « Cloud Act »

La plupart des éditeurs de solutions de communication digitale sont soumis au « Cloud Act », une loi fédérale américaine adoptée en 2018.

Cette législation dont l'objectif affiché est de faciliter les enquêtes criminelles et antiterroristes, constraint ces fournisseurs de services (notamment Slack, Google Chat & Meet, Microsoft Teams, Zoom, et Workplace) à fournir aux autorités fédérales américaines toutes les données stockées sur demande, quelle que soit la localisation des serveurs (même dans l'UE). Il faut donc savoir que des informations confidentielles peuvent tomber dans l'oreille de l'Oncle Sam !

Pour limiter ce risque, certaines organisations européennes se tournent vers des clouds "souverains" (OVHcloud, Scaleway, Deutsche Telekom, etc.) ou exigent des solutions dites "Cloud de confiance", parfois en partenariat avec les Américains mais sous conditions strictes de gouvernance.

Chanty, une solution jugée abordable et facile à utiliser, propose son plan *Business* à seulement \$3/mois par utilisateur.

Rocket Chat, également *open source*, est disponible en plan Pro à \$3/mois par utilisateur. Enfin, **Spike** apporte une approche originale en transformant les emails en tchat pour simplifier les échanges. Ses plans Pro démarrent à \$4/mois par utilisateur.

Ryver est présenté comme un logiciel tout-en-un avec des plans basés sur le nombre d'utilisateurs, le plan *Starter* étant à \$49/mois pour jusqu'à 12 utilisateurs.

En résumé, de nombreuses solutions de création et de partage d'informations et de contenus audiovisuels sont désormais à la disposition de tous les employés des entreprises pour des sommes relativement modiques.

Le contrepoint de la facilité de création et de diffusion de contenus, notamment via les réseaux sociaux, c'est que les entreprises n'ont plus vraiment la main sur ce que leurs propres employés peuvent véhiculer, plus ou moins volontairement, à l'extérieur. Une éducation et une formation idoine de chacun à l'audiovisuel et à ses techniques est donc plus que jamais de mise. ■

PHILIPPE LORANCHET
Journaliste