



# Rapport **2024** de Citoyen sur les connexions



Bonjour, nous sommes Citizen. Nous sommes une agence de relations publiques moderne, créée pour aider nos partenaires à générer un impact en facilitant des échanges avec leurs publics les plus importants. Pour notre deuxième rapport annuel, le Citizen Connections Report, nous avons sondé plus de 4000 personnes en Amérique du Nord et en Europe afin de comprendre comment elles souhaitent établir des connexions aujourd'hui – avec elles-mêmes, avec les autres et avec les marques.

Il s'avère que les gens se sentent moins connectés que l'année dernière. La bonne nouvelle, c'est que les marques peuvent aider. Nous pouvons vous montrer comment.

# Le « troisième lieu » a le pouvoir de combler les écarts de connexion sociale entre les générations.

Attendez. Qu'est-ce qu'un tiers-lieu ? Il s'agit d'un espace physique où une personne passe du temps lorsqu'elle n'est pas chez elle (le premier lieu) ou au travail/à l'école (le deuxième lieu). C'est un endroit où l'on se sent bien et à l'aise, où l'on peut se détendre en public, rencontrer de vieux amis et s'en faire de nouveaux.

## La nécessité d'un troisième lieu est plus nécessaire que jamais.



Notre deuxième lieu (le travail) s'est érodé – plus de 50 % des entreprises mondiales ont fermé leurs bureaux, ce qui a créé un besoin accru de lieux de rassemblement pour créer de véritables liens avec d'autres personnes.



Les troisièmes lieux que nous avons l'habitude de fréquenter – cinémas, centres commerciaux, bars, parcs publics – sont en déclin constant.



Ce sont les jeunes générations qui accordent le plus de valeur aux troisièmes lieux : 85 % des membres de la génération Z et des milléniaux renonceraient aux médias sociaux, aux sorties au restaurant, au sexe et à bien d'autres choses encore pour sauver leur troisième lieu.



## Ce que les consommateurs attendent aujourd'hui d'un troisième lieu a changé.

65 %

ont du mal à trouver un tiers-lieu qui leur convienne.

74 %

déclarent qu'il manque quelque chose dans leur troisième lieu - la nourriture et les boissons ont été identifiées comme la première chose manquante.



Les femmes, traditionnellement considérées comme des connecteurs sociaux naturels, recherchent un troisième lieu pour échapper aux responsabilités de la vie ; ce sont les hommes qui recherchent l'appartenance et la rencontre de nouvelles personnes dans les troisièmes lieux.

La popularité croissante des repas en compagnie d'inconnus, des clubs de course parrainés par des marques et le passage des communautés en ligne à des rassemblements dans la vie réelle indiquent clairement que le public est à la recherche de liens sociaux plus significatifs et qu'il est prêt à les établir.



## Les marques peuvent aider.



Les marques ont la possibilité de créer, d'améliorer ou de réimaginer des tiers-lieux qui combleront de manière authentique le déficit de connexion sociale d'aujourd'hui tout en répondant organiquement à leur public.



Penser au-delà d'un pop-up physique et garder au premier plan le besoin de connexion sociale du consommateur peut aider les marques à se démarquer sans compromettre leurs résultats.

## Connectez-vous.

# CONNEXION

Scannez ce code QR pour télécharger le rapport complet et contactez-nous à l'adresse [marketing@citizenrelations.com](mailto:marketing@citizenrelations.com) pour en savoir plus.

