

ÉTUDE
VISIBRAIN



LINKEDIN EN FRANCE : LES GRANDES TENDANCES 2025

Suivre

+ Se connecter



Longtemps perçu comme un réseau social exclusivement professionnel, LinkedIn connaît depuis quelques années une évolution notable de ses usages et de son audience. La plateforme se transforme en un espace d'expression aux contours variés.

Aux côtés des figures de l'entreprise, de nouveaux profils investissent désormais la plateforme : médias et journalistes, politiques, sportifs, activistes, ou encore créateurs de contenu...

Les thématiques discutées se diversifient aussi, mêlant engagement écologique, intelligence artificielle, enjeux géopolitiques ou encore questions sociétales.

Ces mutations s'accélèrent, notamment, sous l'effet d'actualités externes, telles que les changements de direction de X ou l'évolution des codes du personal branding.

Elles favorisent l'émergence de formats plus authentiques et de prises de parole incarnées, en particulier par le biais de la vidéo, contribuant ainsi à la transformation du réseau social.

Dans ce contexte, Visibrain, l'outil de social listening, dévoile un état des lieux des tendances qui dessinent le paysage du LinkedIn français.

METHODOLOGIE

Pour réaliser cette étude, Visibrain a analysé plus de **430 000 publications** LinkedIn en français sur une période d'un an (avril 2024 - avril 2025)



VISIBRAIN

Parmi les leaders du social listening, Visibrain accompagne depuis 2011 les professionnels de la communication dans leurs problématiques de veille et d'image de marque. Les plus grandes institutions, agences, et marques font confiance à Visibrain pour :



PROTÉGER LEUR RÉPUTATION



DÉTECTER DES INSIGHTS STRATÉGIQUES



AMÉLIORER LEUR COMMUNICATION

Ils nous font confiance :



HAVAS

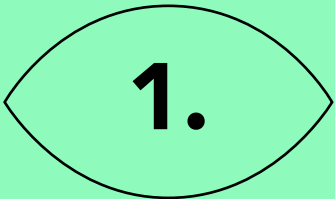


LVMH



TESTER VISIBRAIN →

 **Visibrain**
VISIBRAIN 5 606 abonnés

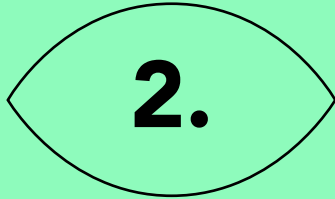
 **1.** PAGE 5 - 10

Analyse des forces en présence



 **Visibrain**
VISIBRAIN 5 606 abonnés

 **2.** PAGE 11 - 17

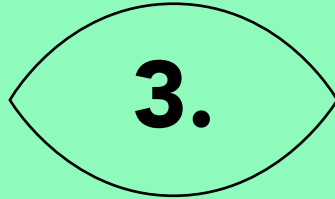
Top 5 des sujets les plus commentés



 **Visibrain**
VISIBRAIN 5 606 abonnés

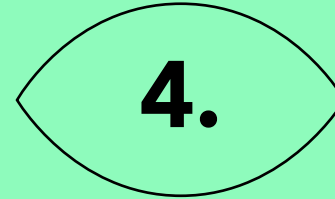
Nouveaux codes du personal branding

 **3.** PAGE 18 - 20



 **Visibrain**
VISIBRAIN 5 606 abonnés

 **4.** PAGE 21-24

Entreprises les plus influentes



 **Visibrain**
VISIBRAIN 5 606 abonnés

LinkedIn, safe place ou plateforme à risque ?

 **5.** PAGE 25-27



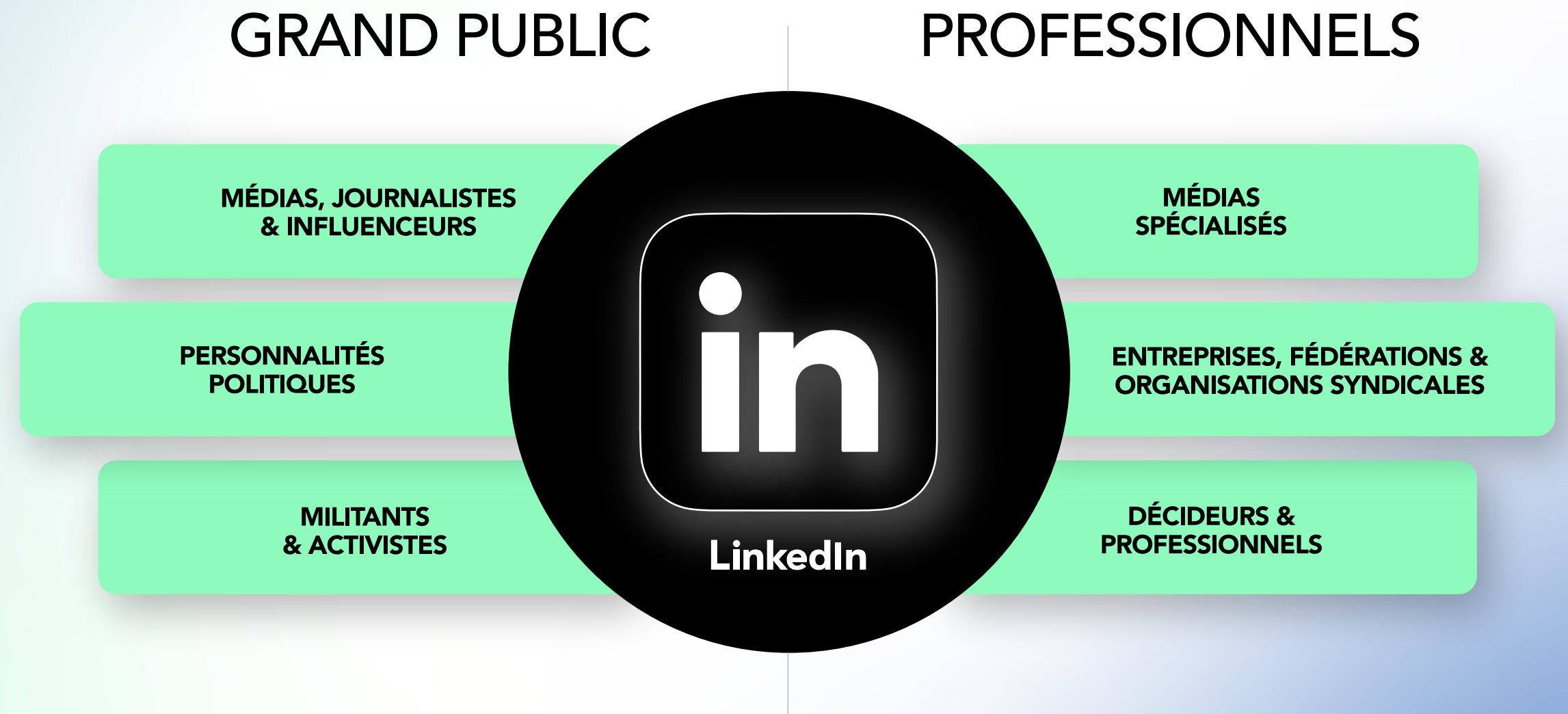
ANALYSE DES FORCES EN PRÉSENCE

1.

DES PROFESSIONNELS VERS LE GRAND PUBLIC : UN PANEL D'UTILISATEURS VARIÉ

LinkedIn a longtemps été réservé aux contenus et aux interactions professionnels. Mais depuis quelques années, la plateforme, qui rassemble 33 millions de membres en France, connaît une évolution de son panel d'utilisateurs. LinkedIn regroupe en effet des communautés de plus en plus hétéroclites, composées de professionnels, mais pas uniquement.

Nous retrouvons désormais des médias et journalistes, des créateurs de contenu, des personnalités politiques, des militants et activistes, des leaders d'opinion de différents secteurs (santé, tech, finance...), et bien sûr des entreprises & institutions publiques.



Certaines personnalités, et notamment des journalistes et/ou créateurs de contenu parviennent à exercer une influence plus grande sur LinkedIn que des dirigeants d'entreprise ou collaborateurs.

L'exemple d'**Hugo Clément** est marquant sur la plateforme. En un an, ce journaliste engagé cumule plus de **1 million de réactions** sur ses posts LinkedIn, soit **20% de plus** qu'Emmanuel Macron, pourtant l'une des figures les plus suivies du réseau social avec ses 3 millions d'abonnés.

Ce phénomène illustre la montée en puissance des journalistes sur LinkedIn, capables de fédérer leurs communautés autour de sujets qui dépassent le cadre strictement professionnel.



Hugo Clément

Journaliste, animateur, producteur

📍 Biarritz, Nouvelle-Aquitaine

439 k followers

1 084 811 reactions



Emmanuel Macron

President of the French Republic.

📍 Paris, Île-de-France

3 M followers

866 914 reactions



Bruno Maltor

239 k followers

Un autre exemple significatif est celui de Bruno Maltor, créateur de contenu spécialisé dans le voyage, qui s'impose également comme l'une des personnalités les plus suivies sur LinkedIn.

Bien que son audience soit environ deux fois moins importante sur LinkedIn que sur YouTube, il parvient à générer un engagement comparable sur les deux plateformes.

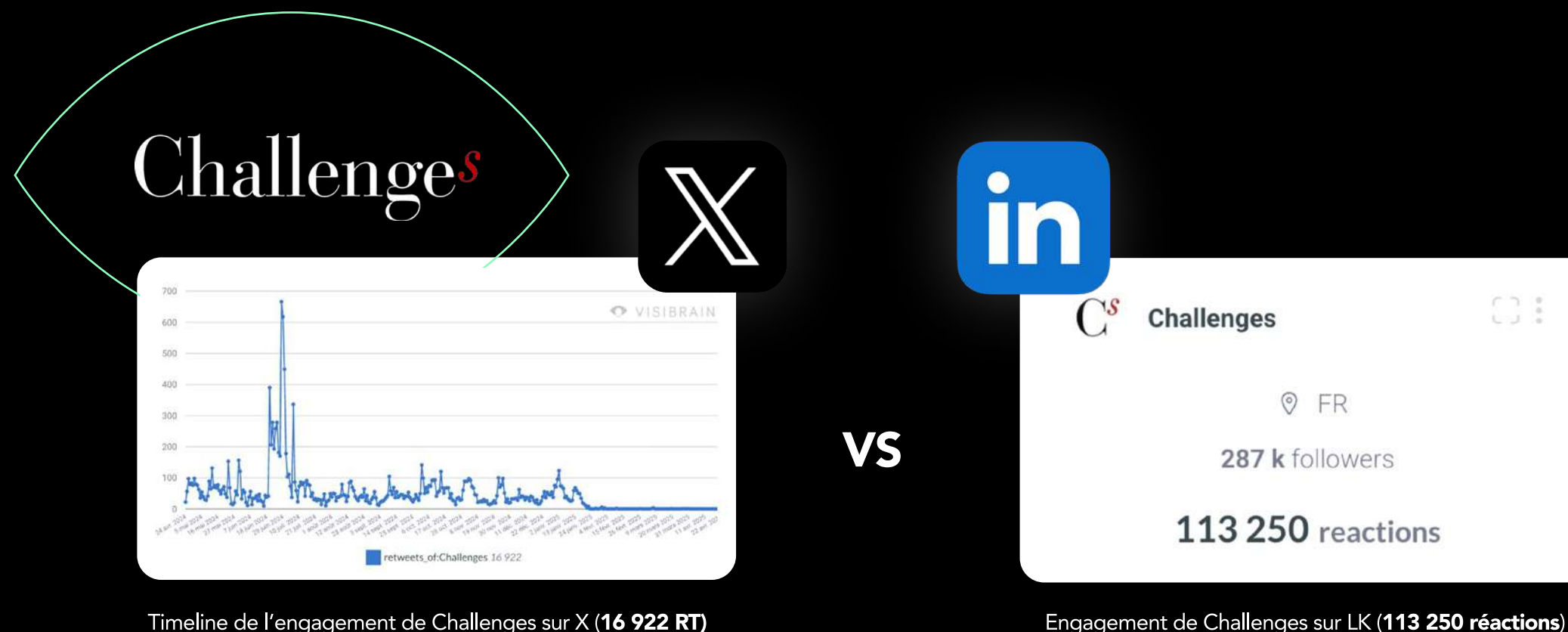
Cette tendance démontre la capacité des créateurs de contenu lifestyle à fédérer des audiences variées, du grand public aux professionnels, via des réseaux comme LinkedIn.

L'EXODE DES MÉDIAS : DE X À LINKEDIN

Depuis deux ans, le paysage médiatique français connaît un changement majeur : de nombreux médias ont annoncé leur départ de X, au profit d'autres alternatives dont LinkedIn fait partie. Cet exode a été amorcé en 2023 par de nombreux médias français comme Libération, Ouest-France ou Le Monde...

Exemple : **Challenges**, qui a officialisé son départ de X en septembre 2024 par un dernier tweet, concentre désormais ses efforts sur LinkedIn. **Un pari gagnant puisque son engagement y est 6 fois supérieur à celui qu'il enregistrait sur X.**

Même dynamique pour France Culture, qui, bien qu'encore présent sur X, voit son engagement être 3 fois supérieur sur LinkedIn.



Ces chiffres confirment un basculement stratégique des médias vers LinkedIn, qui s'impose aujourd'hui comme un terrain de jeu clé pour toucher des audiences qualitatives, dans un environnement moins crisogène.

VEILLER LINKEDIN AVEC VISIBRAIN →

L'EXODE DES MÉDIAS : DE X À LINKEDIN

Sur LinkedIn, le classement des 15 médias les plus influents met en lumière des stratégies éditoriales repensées et une nouvelle dynamique. Le Figaro (445k réactions), Culture Pub (285k réactions), France Culture (272k réactions), Les Echos (253k réactions) et Explore Media (213k réactions) occupent les premières places de ce classement.

Ces médias cumulent des volumes d'engagement largement supérieurs à X, confirmant le rôle désormais stratégique de LinkedIn dans leur rayonnement.

Fait marquant : nombreux sont ceux à adopter une ligne éditoriale positive sur LinkedIn, en opposition avec les usages sur X. Vert, le média met ainsi en avant des actualités porteuses d'espoir comme la libération de Paul Watson, tandis qu'Arte valorise ses succès, en partageant par exemple un record d'audience de l'un de ses documentaires.

CLASSEMENT DES MÉDIAS LES PLUS INFLUENTS SUR LINKEDIN :

 Le Figaro 400 k followers 444 666 reactions	 Culture Pub 259 k followers 284 714 reactions	 France Culture 356 k followers 272 387 reactions	 Les Echos 864 k followers 253 144 reactions
 Explore Media 75 k followers 213 386 reactions	 Le Media Positif 96 k followers 147 407 reactions	 Challenges 282 k followers 113 250 reactions	 BFM Business 584 k followers 108 462 reactions
 Le point 178 k followers 87 060 reactions	 L'Équipe 97 k followers 72 562 reactions	 Arte 370 k followers 65 012 reactions	 La Provence 102 k followers 59 571 reactions
 France Inter 130 k followers 58 336 reactions	2x plus d'engagement sur LinkedIn en Avril 2025 versus X		

La diversité des membres de LinkedIn se retranscrit du côté des utilisateurs, mais aussi des entreprises elles-mêmes, comme l'illustre la cartographie ci-contre, réalisée avec Visibrain, dont les détails des acteurs sont inscrits en légende.

À noter : cette cartographie est une représentation visuelle des principaux comptes LinkedIn ayant pris part aux discussions sur la période de temps analysée (avril 2024 - avril 2025). Plus la taille des noms de ces comptes est grande, plus l'activité qu'ils ont généré est importante. D'autre part, plus ils sont proches les uns des autres, plus nous pouvons considérer qu'ils ont interagi ensemble.

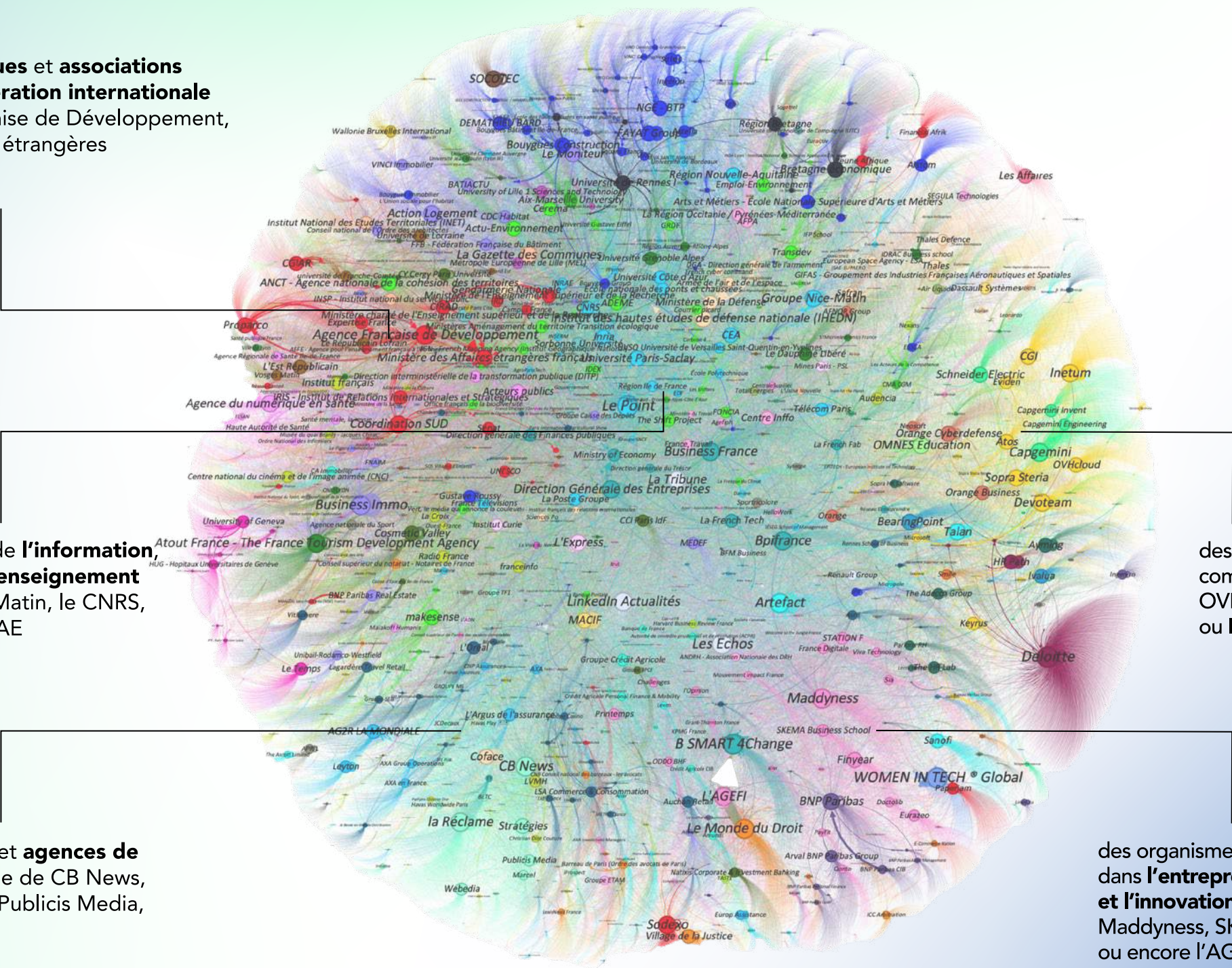
des institutions publiques et associations œuvrant pour la coopération internationale comme l'Agence Française de Développement, le Ministère des affaires étrangères ou la Coordination Sud

des acteurs du secteur de l'information, de la recherche et de l'enseignement tels que Le Point, Nice Matin, le CNRS, le CEA, ou encore l'INRAE

des médias spécialisés et agences de communication à l'image de CB News, Stratégies, La Réclame, Publicis Media, Webedia ou Marcel

des acteurs du numérique comme Sopra Steria, OVHcloud, Devoteam ou Inetum

des organismes spécialisés dans l'entrepreneuriat et l'innovation tels que Station F, Maddyness, SKEMA Business School ou encore l'AGEFI



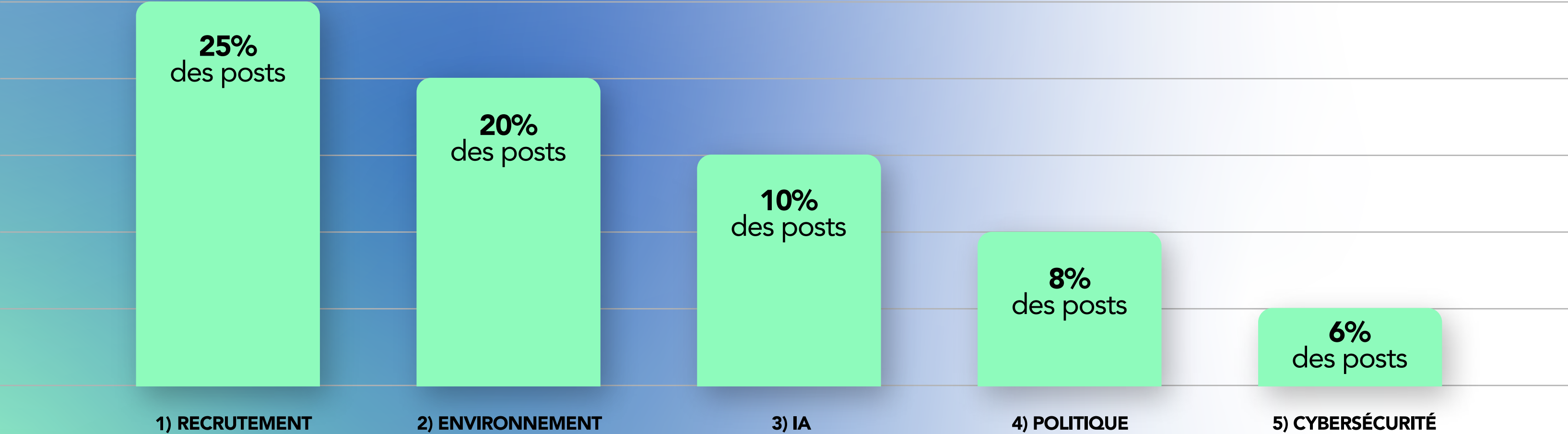
TOP 5 DES SUJETS LES PLUS COMMENTÉS

2.

LES SUJETS LES PLUS COMMENTÉS SUR LINKEDIN

Quelles thématiques font vibrer l’audience sur LinkedIn aujourd’hui ? Du recrutement à l’environnement, en passant par l’intelligence artificielle et les débats autour de la politique, LinkedIn s’impose comme le baromètre idéal pour comprendre les préoccupations du monde du travail, et plus largement, de la société. Nous avons passé au crible les conversations les plus récurrentes pour dresser le palmarès des cinq sujets qui animent les échanges sur LinkedIn en France.

TOP 5 DES SUJETS LES PLUS COMMENTÉS SUR LINKEDIN



25%

DES DISCUSSIONS

LES HASHTAGS LES PLUS UTILISÉS
EN MATIÈRE DE RECRUTEMENT :

#INNOVATION **#RECRUTEMENT** #ALTERNANCE #JOBDATE #FRANCE #RECHERCHE #ORIENTATION #EMPLOI #TOUTCOMMENCEICI #CDD
#CARRIÈRE #TOUTCOMMENCEICI #STAGIAIRE #EDUCATION #HIRING #ALTERNANCE #GENAI #RSE #MARQUEEMPLOYEUR #DROITDUTRAVAIL #STAGIAIRE
#DIGITALTRANSFORMATION #FINANCE #BTP #ETUDIANT #TEAMBIENVEILLANCE #DIVERSITÉ #COMMUNICATION #DATA #SANTÉ **#APPRENTISSAGE**
#FORUM #PARTENARIAT #COMPÉTENCES #INDUSTRIE #LEADERSHIP #FORMATIONPROFESSIONNELLE **#STAGE** #HAPPYTRAINEES #ADOPT1ALTERNANT
#JOB #INCLUSION #TAXEAPPRENTISSAGE #ENTREPRISE #1JEUNE1SOLUTION #SUSTAINABILITY #DROITSOCIAL #ENGAGEMENT #SPORT #MANAGEMENT #CDI
#FORMATION #OPPORTUNITÉ #AI #MARKETING #RESSOURCESHUMAINES #ÉDUCATION #HANDICAP #DROIT **#ALTERNANCE** #RECONVERSION #RH
#OPPORTUNITÉS #ETUDIANTE #ICIÇARECRUTE **#OFFRE** #INNOVATION #EMPLOI #INGÉNIERIE #RH #INCLUSION #CARRIÈRE #TECH

Parmi les grandes tendances qui se dessinent sur LinkedIn dans les discussions, le recrutement s'impose comme le thème prédominant, représentant 25% des conversations en français.

Les campagnes de recrutement les plus répandues sur LinkedIn concernent les stages et alternances (près de 13 000 posts), largement devant les offres en CDD et CDI (près de 2 600 posts).

Un constat confirmé par le nuage des hashtags les plus relayés autour du recrutement ci-contre, où #alternance, #stage et #apprentissage arrivent en tête. Ainsi, les entreprises françaises capitalisent plus que jamais sur LinkedIn pour recruter leurs jeunes talents.

20%

DES DISCUSSIONS

TOP 5 DES COMPTES LINKEDIN
LES PLUS INFLUENTS SUR LES
SUJETS ENVIRONNEMENTAUX :



La seconde thématique prédominante sur LinkedIn concerne l'environnement, représentant 20% des échanges francophones analysés sur la plateforme.

Les sujets liés à la mobilité durable, la décarbonisation, la transition énergétique ou encore le climat et à la biodiversité alimentent ces discussions.

Fait marquant : ces conversations ne sont pas seulement portées par des directeurs RSE ou des spécialistes de l'environnement. En effet, de nombreux profils s'emparent désormais des enjeux environnementaux, comme des journalistes, entrepreneurs, en passant par des cosmographes, chercheurs ou responsables politiques, comme nous pouvons le voir dans le classement des internautes les plus influents sur ce sujet ci-contre.

Ce croisement d'expertise contribue à placer les enjeux environnementaux au centre des débats professionnels sur LinkedIn.

10%

DES DISCUSSIONS

SÉLECTION DE POSTS
MENTIONNANT L'IA :

L'intelligence artificielle représente 10% des discussions sur LinkedIn, en France, s'imposant comme l'un des sujets les plus discutés sur la plateforme.

Nombreux sont les internautes à exprimer leur enthousiasme face aux avancées de l'IA, notamment dans le secteur de la santé. À titre d'exemple, Alexis Thobellem (expert en marketing digital) a généré plus de 27 110 réactions en évoquant l'intégration de ces technologies dans la détection du risque de cancer du sein.

Cette thématique dépasse la sphère d'experts : des influenceurs comme Bruno Maltor relayent des contenus sur cette thématique (24 941 réactions). Thomas Pesquet, de son côté, s'inscrit dans la tendance des Starter Pack, produits par des IA génératives (21 920 réactions).

LinkedIn devient alors un espace privilégié pour partager et décrypter les tendances technologiques et leurs usages.

**Alexis Thobellem**
161 k followers
29 juil. 2024 12:31
27 117 reactions

Une IA capable de prédire le risque de cancer du sein jusqu'à 5 ans à l'avance, en analysant les mammographies 🧠👉 Les chercheurs du MIT et de l'hôpital général du Massachusetts (MGH) ont créé Mirai qui offre une précision supérieure aux modèles traditionnels. 🧠 Formé sur un large ensemble de données du MGH et validé avec des données de l'hôpital universitaire Karolinska en Suède et de l'hôpital Chang Gung à Taïwan, Mirai montre une performance fiable pour différents groupes raciaux, tranches d'âge et densités mammaires.

**Bruno Maltor**
239 k followers
22 janv. 2025 09:40
24 941 reactions

Elle, c'est Lena. Et Lena, elle me met mal à l'aise. Voici pourquoi 🧠 Je vous rassure, je n'ai rien contre cette personne en particulier. Déjà, car ... elle n'existe tout simplement pas. Et oui, Lena, c'est juste une "influenceuse" 100% IA, créée par TUI, premier voyageur mondial. Elle n'a rien de réel, elle ne vit tout simplement aucune expérience. La est tout mon questionnement : Qui peut être "influencé" par une personne qui n'existe pas et qui n'a même pas réalisé l'expérience dont elle parle sur un post crée via IA ? Le voyage, par définition, n'est ce pas ... vivre les choses ? Quelque chose me dit que la direction prise n'est pas forcément la bonne. Mais je deviens peut-être juste un gros boomer. En tout cas, plus que jamais, il est URGENT et OBLIGATOIRE à mon sens... [READ MORE](#) ✓

08%

DES DISCUSSIONS

SÉLECTION DE POSTS
MENTIONNANT TRUMP :



Joachim SAVIGNY
84 k followers
9 mars 2025 16:46

20 792 reactions

🗣️ Si vous avez un peu plus de 8 min devant vous et que vous vous intéressez au monde qui nous entoure vous devez écouter ce discours exceptionnel de Claude Malhuret au sénat. Trump, Musk, l'Europe, les rapports de force, nos libertés... Cette situation que le monde connaît nous concerne tous. Elle concerne nos entreprises, nos enfants, notre pays, notre avenir et nos espoirs. Ce discours n'est hors sujet pour personne d'entre nous. Sans soutenir toutes les idées politiques, on retiendra ce besoin d'unité et de ralliement dans un monde plein d'adversité. 🔥 Tout n'est pas perdu si l'Europe arrive à se construire enfin dans une vraie unité Place au discours. 💡 Pour revenir sur l'Homme qui parle... Il est médecin avant tout. Il a été Président de médecins sans frontières, il est... [READ MORE](#)



Andréa Bensaid
101 k followers
22 janv. 2025 08:30

17 237 reactions

Obama a pris sa retraite à 55 ans, Trump est devenu président à 70 ans. Quelqu'un a obtenu son diplôme de Master à l'âge de 22 ans mais a attendu 5 ans avant de décrocher un bon job. Quelqu'un est devenu PDG à 25 ans et est mort à 50 ans. Alors qu'un autre est devenu PDG à 50 ans et a vécu jusqu'à plus de 90 ans. Quelqu'un d'autre s'est marié jeune et n'a jamais eu d'enfants tandis que l'autre s'est marié tard et en a eu 4. Tout le monde fonctionne en fonction de son propre fuseau horaire. Les gens autour de toi pourraient sembler être en avance et certains pourraient sembler être en retard. Mais tout le monde réalise sa propre course, à son allure. Ne les envie pas et ne te moque pas également. Reste Focus, Tu n'es pas en avance, Tu n'es pas en retard, Tu es à ton heure.

Ayant un véritable impact sur les affaires, les actualités politiques font inévitablement parti des grands sujets de discussion sur LinkedIn. **La politique occupe ainsi 8% de l'espace sur la plateforme, illustrant une nouvelle fois l'ouverture du réseau social sur les sujets d'actualité et de société.**

Au-delà des dernières actualités politiques, ce sont surtout les Chefs d'État qui suscitent le débat, à commencer par le Président américain. **Et pour cause, Donald Trump génère 3 fois plus de posts sur le LinkedIn francophone qu'Emmanuel Macron.**

06%

DES DISCUSSIONS

SÉLECTION DE POSTS
SUR LA CYBERSÉCURITÉ :

La cybersécurité représente 6% des conversations sur LinkedIn, marquant l'intérêt croissant pour l'enjeu de la protection des données. Une grande partie des échanges porte sur les **risques d'attaques cyber**, avec une attention particulière sur les menaces émergentes liées à la démocratisation de l'IA. Des entreprises comme Thales et d'autres acteurs du secteur technologique se retrouvent quotidiennement au centre de ces discussions.

En parallèle, le recrutement des profils spécialisés en cybersécurité connaît une accélération sur LinkedIn où près de 20% des contenus publiés sur le sujet sont des offres d'emploi.

**DÉTECTER LES
TENDANCES
SUR LINKEDIN**



 **Patrice Caine**
101 k followers
10 févr. 2025 14:02

2 968 reactions

"L'IA de Thales, appliquée à l'Aérospatial ou à la Défense, n'a rien à voir avec celles du grand public comme ChatGPT". Contrairement à ces IA, chez Thales, nous développons des IA hybrides qui sont : ✓ Explicables : basée sur des modèles clairs...l'anti boîte noire ✓ Sécurisées : conçues pour résister aux cyberattaques. ✓ Frugales : optimisées pour opérer sans données massives, au sein d'environnements contraints. Elle accompagne l'humain dans la décision, sans jamais le remplacer, en lui apportant une Intelligence Augmentée. Alors que Paris accueille l'AIActionSummit, je reviens dans la matinale de France Inter au micro de Sonia Devillers sur les enjeux de l'Intelligence Artificielle, ses applications concrètes et ses enjeux dans nos métiers : <https://lnkd.in/eRZ3fCTV> #AI...

[READ MORE](#)

 **Clara Chappaz**
118 k followers
3 mars 2025 10:17

1 234 reactions

Chefs d'entreprises, entrepreneurs, j'ai besoin de vous ! 🧑‍💻 Les cyber attaques restent tabous et pourtant le contexte géopolitique ne fait qu'augmenter le risque... ce n'est plus une question de si mais de quand cela va nous arriver. Pour lutter contre la menace, je porte le projet de loi Résilience qui arrive au Sénat d'ici quelques jours. Mais c'est la dynamique collective qui nous permettra de véritablement changer de catégorie. Appels à témoignage ! 🗣️ Avez-vous déjà été confrontés à une attaque ? Comment avez-vous réagi ? 🤖 Avez-vous nommé un expert cyber dans votre entreprise ? 💡 Quelles bonnes pratiques avez-vous mises en place ? 🛡️ Quels outils utilisez-vous dans votre entreprise ? PME, ETI, start-ups françaises, ce projet de loi est aussi une opportunité pour vous...

[READ MORE](#)

NOUVEAUX CODES DU **PERSONAL BRANDING**

3.

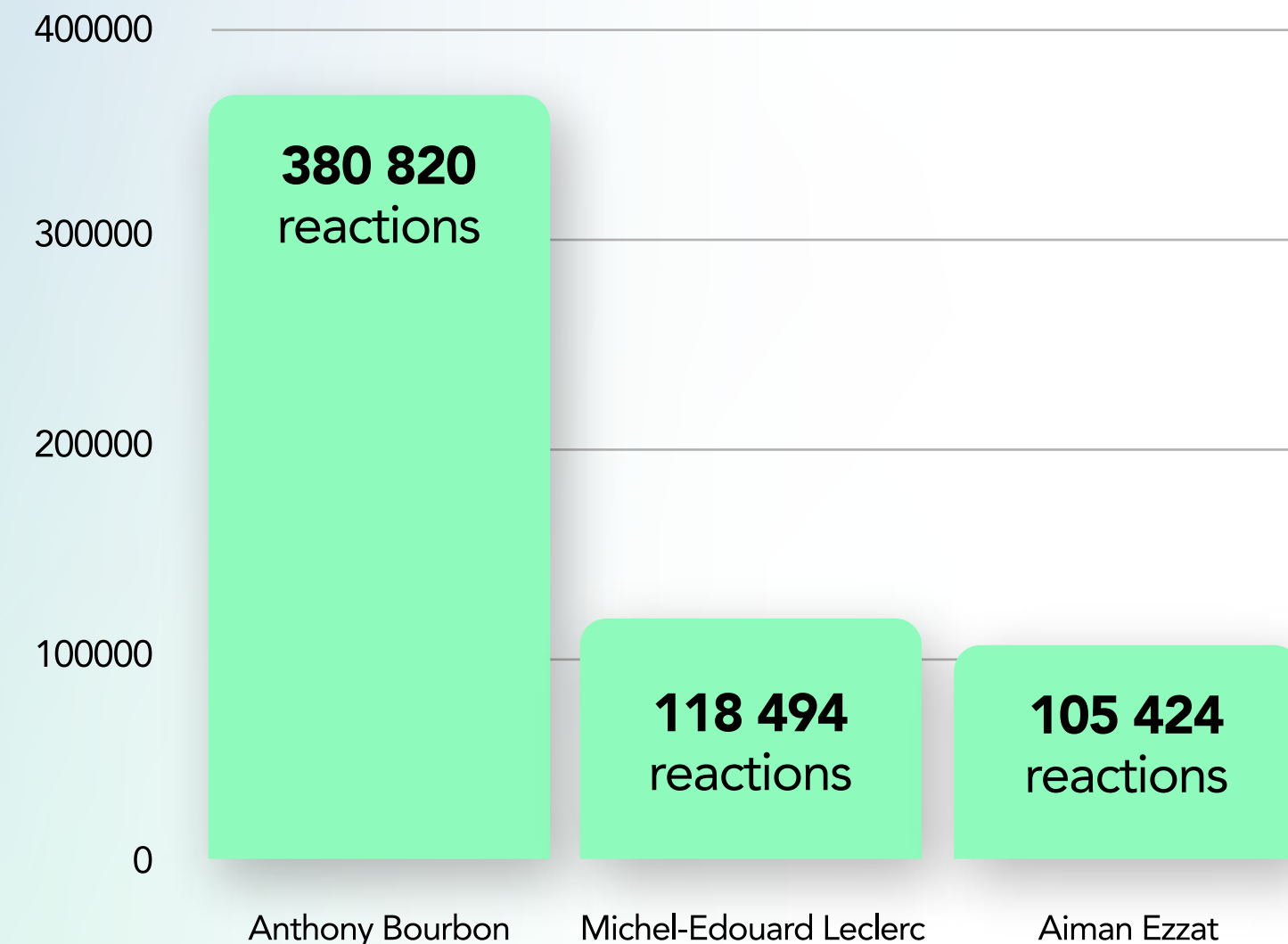
Sur LinkedIn, le **personal branding** a largement évolué ces dernières années, avec une **adoption de codes plus tournés sur le personnel et l'authenticité**. Les **vidéos** et les **selfies** se multiplient sur la plateforme, apportant une **dimension plus humaine, moins institutionnelle** aux publications des professionnels.

Cette tendance est particulièrement visible chez les **figures dirigeantes**, qui n'hésitent plus à adopter des postures et des tons inspirés d'autres réseaux sociaux "lifestyle" comme Instagram.

Certains d'entre eux peuvent même être considérés comme de véritables influenceurs à l'image d'**Anthony Bourbon** (Blast.Club) - 381K réactions générés, **Michel-Édouard Leclerc** (E.Leclerc) - 118K réactions ou d'**Aiman Ezzat** (Capgemini Group) - 105K réactions

Ces chiffres et ces évolutions des codes de communication témoignent d'un basculement de plus en plus marqué : **LinkedIn passe d'une plateforme professionnelle à un réseau social à part entière.**

ENGAGEMENT SUR LINKEDIN
DE 3 FIGURES DIRIGEANTES SUR 1 AN



Anthony Bourbon diffuse ses conseils en vidéo, en direct de chez lui

**Anthony Bourbon**  · 2e
Founder & CEO at Blast. Club
2 mois · 

Ils veulent ce que j'ai sans faire ce que je fais. ✂

Tout le monde rêve de liberté financière, de succès, de reconnaissance.

Mais dès qu'il faut bosser 15h par jour, prendre des risques, encaisser les échecs... il n'y a plus personne. 😊

- 👉 Ils voient le résultat, pas le processus.
- 👉 Ils veulent la récompense, sans le sacrifice.
- 👉 Ils envient le succès, mais évitent l'effort.

Ce n'est pas le talent qui fait la différence, c'est la discipline et l'exécution.

La vérité :

Si tu veux des résultats exceptionnels, sois prêt à fournir des efforts exceptionnels et à oublier toute notion d'équilibre.

Qui ici est prêt à vraiment tout donner ? Certains pensent sincèrement qu'une vie équilibrée est possible pour atteindre de grands rêves ? 🙌

#mindset #discipline #motivation



**Michel-Edouard Leclerc**  · 2e
Président E.Leclerc (comité stratégique), Fonds Landerne...
8 mois · Modifié · 

Il est des lieux que je fréquente comme un pèlerin !

La chapelle de Trémalo se dissimule au bout d'une discrète allée de hêtres sur les hauteurs de Pont-Aven (29). Qu'ils soient athées, croyants et quelle que soit leur religion, ce petit bijou de Renaissance tardive se révèle aux amoureux de l'intime et de l'essentiel.

Ce n'est pas une église de riches ! Ses gardiens, depuis le XVIIe, entretiennent un art tout primitif fait d'humour et d'émotion. Les sculptures dans la charpente et la statuaire interpellent le visiteur par leur bonhomie. Tel saint est bigleux, telle vierge apeurée... Il y a dans ces lieux une volonté assumée de proposer par l'art une pédagogie populaire... et une volonté de mettre de l'humour dans les codes de la religiosité.

Les poutres sont mordues par des gueules de monstres, les sablières sont pavées de représentations naïves et irrévérencieuses d'animaux ou de petits bonshommes mal culottés ou enivrés.

Emouvant, le Christ en bois polychrome du XVIIe siècle doit sa célébrité au peintre Paul Gauguin : c'est ce crucifix qui a servi de modèle à son fameux "Christ Jaune".

Oui, mes amis, vous êtes ici dans un haut lieu de la peinture moderne : pendant un demi-siècle, des aubergistes et des paysans ont offert le logis à plus de 120 peintres venus d'Europe, qui ont été les artistes de ce que l'on appelle l'Ecole de Pont-Aven.

J'aime ces lieux paisibles... Paradoxalement, si je dessine mes rêves au bord de la mer, à deux encablures, vers Trévignon, je creuse mes racines ici, dans le terroir granitique de Trémalo.

Venez voir, vous aussi, partagez, vous nous direz ce que vous y éprouvez.



Michel-Edouard Leclerc partage ses photos de vacances

LES ENTREPRISES **LES PLUS INFLUENTES**

4.

Avec plus de trois millions d'entreprises françaises présentes sur LinkedIn, le réseau social est devenu un véritable **terrain de jeu stratégique** pour les marques, de toutes tailles et de tous secteurs.

3M

D'ENTREPRISES FRANÇAISES PRÉSENTES SUR LINKEDIN

VEILLER SA
E-REPUTATION
AVEC VISIBRAIN



Mais quelles sont les entreprises les plus influentes, c'est-à-dire, celles qui enregistrent **l'engagement le plus fort** sur leurs posts ?

LES ENTREPRISES LES PLUS INFLUENTES

L'industrie du luxe occupe une place prédominante parmi les entreprises les plus influentes sur LinkedIn. Comme en témoigne le classement ci-contre des 20 entreprises générant le plus de réactions, pas moins de 6 entreprises sur 20 qui évoluent dans ce secteur.

Louis Vuitton (457k réactions), Christian Dior Couture (350k réactions), LVMH (323k réactions), ou encore Hermès (255k réactions) figurent parmi les leaders de cette catégorie.

 Deloitte Worldwide OO 18 M followers 545 560 reactions	 Louis Vuitton Paris FR 2,9 M followers 475 993 reactions	 BUGATTI Molsheim FR 460 k followers 446 120 reactions	 L'Oréal Paris FR 5,5 M followers 397 213 reactions
 Christian Dior Couture Paris FR 1,7 M followers 350 287 reactions	 LVMH Paris FR 2,5 M followers 322 856 reactions	 Sanofi Paris FR 4,3 M followers 307 677 reactions	 Alstom Saint-Ouen FR 1,6 M followers 289 717 reactions
 Hermès Paris FR 1,8 M followers 255 211 reactions	 Airbus Aircraft Toulouse FR 965 k followers 251 567 reactions	 Capgemini Paris FR 7,5 M followers 244 896 reactions	 Armée de l'air et de l'espace FR 161 k followers 234 287 reactions
 CGI Montreal CA 1,7 M followers 227 109 reactions	 Schneider Electric Rueil Malmaison FR 4,7 M followers 217 517 reactions	 CMA CGM Marseille FR 1,3 M followers 207 818 reactions	 Airbus Helicopters Marignane FR 513 k followers 205 536 reactions
 EssilorLuxottica Paris FR 1,3 M followers 183 694 reactions	 DIOR Parfums Christian Dior Neuilly-sur-Seine FR 824 k followers 175 736 reactions	 Safran Paris FR 1,3 M followers 165 722 reactions	 Ubisoft Saint-Mandé FR 1,4 M followers 163 100 reactions

Les Maisons de luxe occupent donc une véritable place sur le réseau social pour valoriser leur image de marque, mettre en lumière leurs innovations et leur culture d'entreprise.

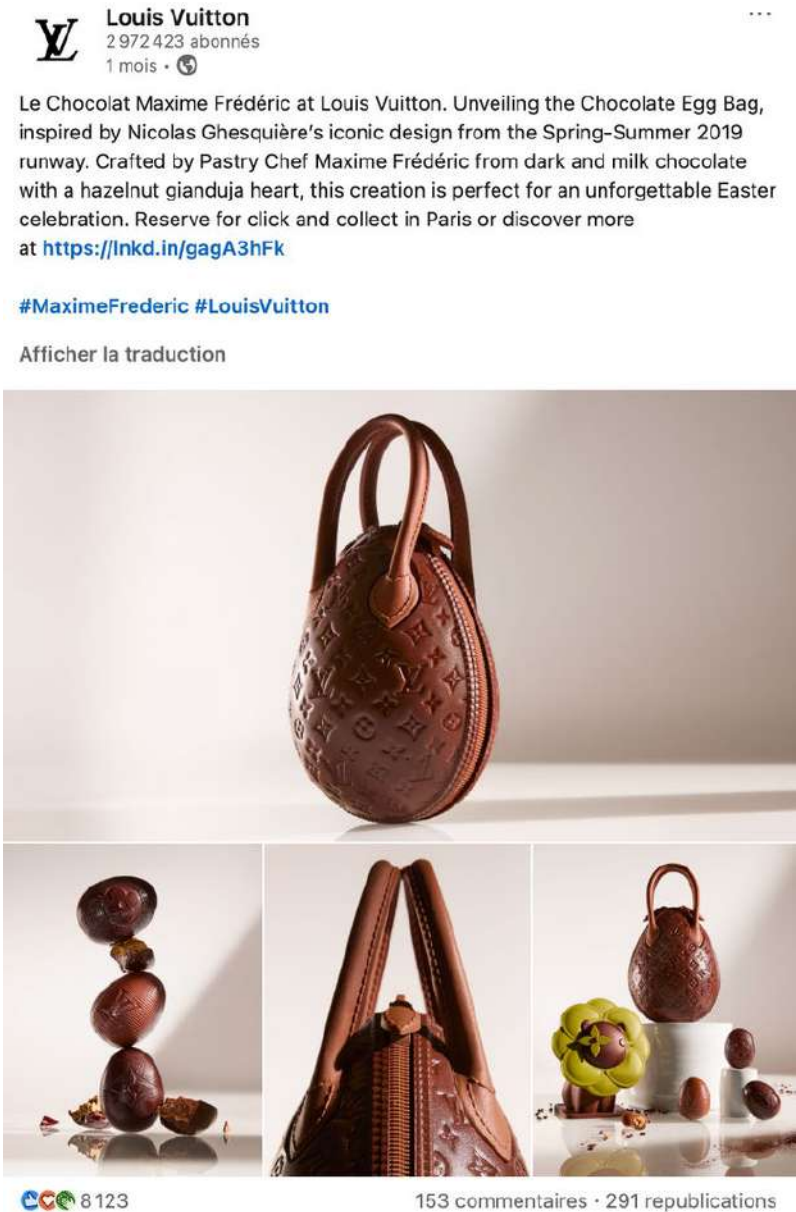
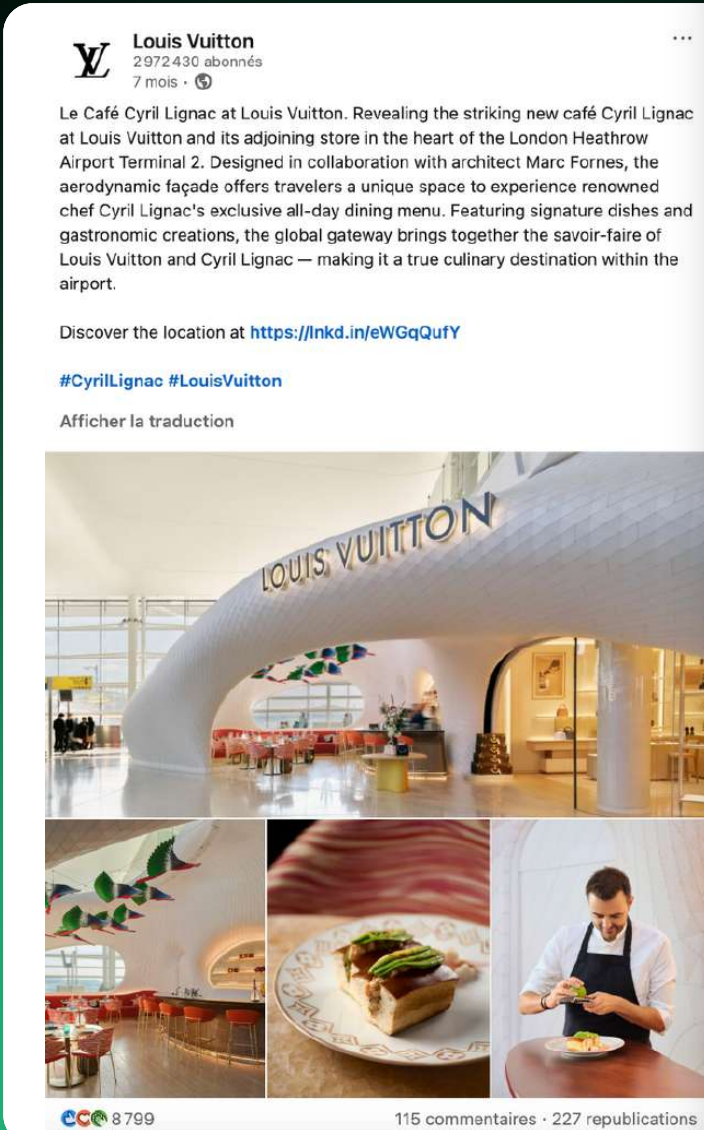
Parallèlement, de nombreux **cabinets de conseil**, mais aussi des acteurs des secteurs du **transport**, de **l'industrie pharmaceutique** ainsi que du **secteur bancaire** et de **l'assurance** sont également très présents sur LinkedIn.

Les marques adoptent un ton romancé dans leurs publications sur LinkedIn, valorisant leurs différentes actualités : anniversaires et acquisition de nouvelles Maisons, nominations de nouvelles figures dirigeantes, ou encore collaborations.

Aux côtés de ces actualités institutionnelles, certaines Maisons choisissent de croiser différents univers pour capter l'attention des internautes.

C'est le pari réussi de Louis Vuitton sur LinkedIn, qui mêle le luxe à celui de la pâtisserie, en collaborant avec Maxime Frédéric ou Cyril Lignac. Dans le premier cas, le chef pâtissier de Cheval Blanc Paris a imaginé un oeuf en chocolat inspiré d'un sac iconique de la Maison, récoltant 8 123 réactions. D'autre part, l'ouverture du café Cyril Lignac dans le terminal 2 de l'aéroport Heathrow à Londres a suscité plus de 8 700 réactions.

Ces deux publications figurent parmi les plus engageantes de Louis Vuitton sur le réseau social, générant 4 fois plus de réactions qu'en moyenne, illustrant le succès des collaborations en termes d'engagement.



SAFE PLACE OU PLATEFORME À RISQUE ?

5.

De par sa logique de visibilité professionnelle assumée et de non-anonymat des profils, créant une modération naturelle des comportements, LinkedIn a longtemps été considéré comme un espace lisse et protégé.

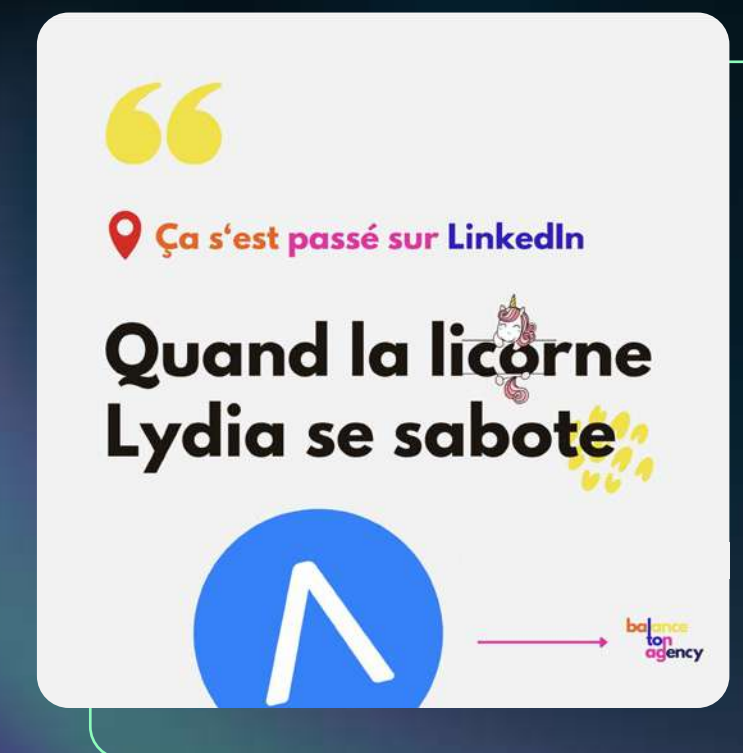
Seulement, avec l'élargissement de l'audience (plus de 30 millions d'utilisateurs en France) et le développement de communautés engagées, la nature des échanges s'est profondément transformée favorisant les prises de position fortes. De plus, l'algorithme de LinkedIn valorise énormément l'engagement : un post controversé peut donc vite devenir viral.

Ainsi, bien que LinkedIn reste globalement plus modéré que X ou Facebook, la plateforme n'est pas exempte de polémiques. Certaines entreprises telles que Lydia, BodyMinute ou encore l'application de rencontres Gigi en ont déjà fait les frais.

LYDIA : UN CAS DE CRISE NÉ SUR LINKEDIN

CONTEXTE:

une offre d'emploi, diffusée sur LinkedIn en novembre 2023, par la solution de paiement Lydia est jugée problématique et remplie de formulations "abusives". @BalanceTonAgency, le compte spécialisé dans la dénonciation des mauvais comportements au travail, reprend l'annonce et épingle Lydia sur ses réseaux sociaux.



RÉSULTAT:

- En plus de LinkedIn, reprise de la polémique sur X, Instagram, et dans la presse en ligne
- 3 fois plus de posts publiés sur la marque qu'en temps normal
- "Harcèlement moral", "intimidation", "red flags" s'imposent parmi les expressions les plus partagées pour parler de la start-up

BODYMINUTE : UNE CRISE AMPLIFIÉE PAR LA MARQUE ELLE-MÊME

CONTEXTE:

Une vidéo de la créatrice de contenu Laurène Levy, connue pour ses contenus humoristiques sur le monde de l'entreprise, refait surface en janvier 2025 lorsque BodyMinute décide de réagir publiquement sur ses réseaux sociaux. Dans sa vidéo, Laurène Levy parodie les esthéticiennes de l'enseigne, ce qui n'a pas plu à BodyMinute. En réaction, l'enseigne publie une vidéo sur TikTok où l'influenceuse est surnommée "Laurène La Haine".



RÉSULTAT:

- Une vague de soutien se forme autour de Laurène Levy pendant que les appels au boycott de BodyMinute se multiplient
- Les vidéos TikTok sur cette polémique récoltent 37 millions de vues
- Sur LinkedIn, la sphère professionnelle analyse la crise dans des posts qui totalisent plus de 10 500 interactions (réactions, commentaires et partages)

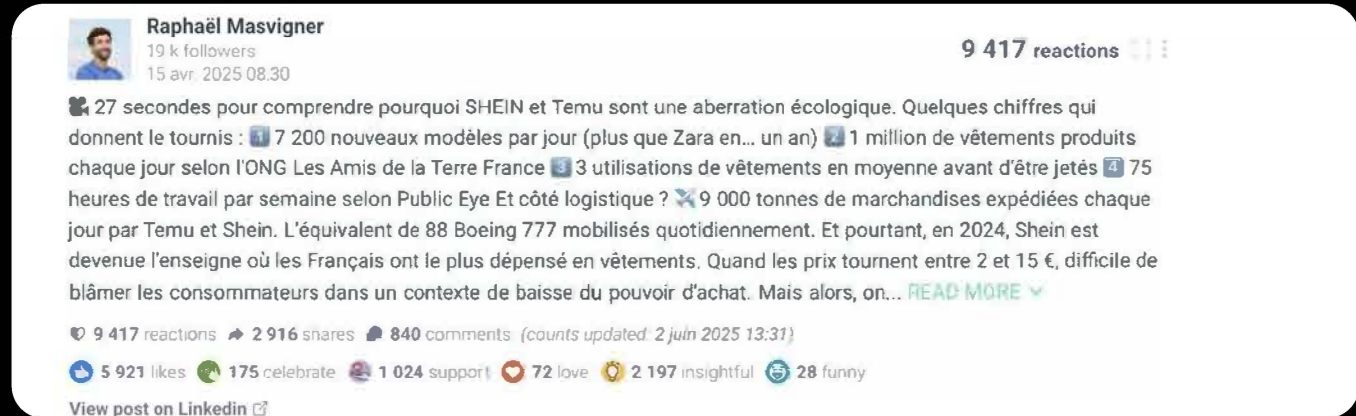
SHEIN : QUAND LINKEDIN SE MOBILISE CONTRE LA FAST FASHION

CONTEXTE:

En pleine proposition de loi "anti-fast fashion" au Sénat, la plateforme chinoise SHEIN fait face à une série de critiques, observables sur LinkedIn où politiques, activistes et journalistes militent pour une régulation des pratiques des acteurs du secteur.

RÉSULTAT:

- 15 500 internautes mobilisés sur LinkedIn contre SHEIN depuis le début de l'année 2025
- Des retombées internationales : 54% des posts en anglais, 10% en portugais, 10% en français, 10% en espagnol
- "Aberration écologique", "stop fast fashion", "surconsommation" dans le top des expressions les plus utilisées pour parler de la marque en ligne



Ces dernières années, LinkedIn s'est progressivement éloigné de son ADN purement professionnel pour adopter des codes proches d'autres réseaux sociaux. Format vidéo, selfies, et prises de parole personnelles se multiplient, dessinant les nouveaux contours d'une plateforme incarnée.

Dans un premier temps, la communauté LinkedIn s'est largement diversifiée : médias, journalistes, activistes, créateurs de contenu et politiques s'y expriment aux côtés des figures de l'entreprise et de l'entrepreneuriat. Cette transformation de l'audience offre de nouvelles opportunités de communication et de collaboration, mais crée également de nombreux défis pour les marques, agences et institutions.

Cette diversification des profils et des prises de parole transforme LinkedIn en un espace où l'actualité, les opinions et le personal branding occupent des places centrales.

Les marques, agences et institutions évoluent désormais dans un environnement plus riche, mais aussi, plus complexe.

Dans ce contexte, où les lignes entre professionnel et personnel s'estompent, la veille stratégique devient indispensable pour détecter les opportunités, les bons leaders d'opinion, les signaux faibles et les tendances, et anticiper les nouveaux enjeux de communication, d'image et de prise de parole.





VISIBRAIN

Une interface qui vous fait gagner du temps

Ultra-rapide même sur de très gros volumes de data

La meilleure couverture du marché

Avec des filtres spécifiques à chaque réseau

Un système d'alerte qui s'adapte à vos besoins

Modes de déclenchement et de réception, fréquences...



DEMO VISIBRAIN →

ÉTUDE
VISIBRAIN



LINKEDIN EN FRANCE : LES GRANDES TENDANCES 2025

www.visibrain.com

contact@visibrain.com

01 85 08 85 90

[JE DEMANDE UNE DÉMO →](#)