

Internet : 80% des internautes inscrits à un réseau social

Internet

Posté par : JerryG

Publié le : 24/6/2013 13:30:00

Alors que les réseaux sociaux sont déjà bien installés dans les usages avec **80% d'internautes membres en France**, le phénomène « Social » fait toujours plus d'adeptes année après année. En effet on compte aujourd'hui près de 32 millions d'inscrits sur un réseau social - soit 2 millions de plus en 1 an.

Les inscrits sont toujours aussi assidus avec près de 2 sur 3 les visitant tous les jours ou presque. Ils sont notamment de plus en plus nombreux à les consulter tous les jours sur leur téléphone mobile.

Twitter, Google + et LinkedIn continuent à étoffer leurs réseaux

Signant déjà l'année dernière les plus fortes progressions en part d'inscrits, Twitter, Google + et LinkedIn continuent cette année encore à faire leur nid. En dépit d'une actualité moins dense que celle de l'année dernière, marquée par les présidentielles, Twitter progresse encore cette année de 5 points : 1 internaute sur 5 y est désormais inscrit. Une progression de 5 points également pour Google + qui rassemble désormais d'un internaute sur 5. Tandis que LinkedIn continue à tisser sa toile : plus d'un internaute sur 8 y sont inscrits.



Mediametrie

A noter cette année, l'arrivée de nouveaux réseaux d'ici à la photo ou la vidéo parmi lesquels Instagram qui compte déjà 5% d'internautes adeptes. A chaque réseau, sa

sphère ?

Tandis que de nouveaux réseaux apparaissent et que ceux existants poursuivent leur conquête, comment s'y retrouver ? Les internautes y parviennent en privilégiant en général une sphère particulière pour chacun des réseaux auxquels ils sont inscrits. Facebook s'impose comme le réseau social le plus amical et familial : plus de 9 membres sur 10 sont en contact avec des amis, et plus de 8 sur 10 avec des parents. Les internautes privilégient Twitter pour suivre personnalités et marques : plus des 2/3 des inscrits le font. LinkedIn et Viadeo sont quant à eux bien identifiés comme un moyen de se connecter à des relations professionnelles. Sur Google+, si les internautes sont davantage en relation avec des amis et de la famille, ils mènent aussi les connaissances, les personnalités et les marques.

Baromètre Réseaux Sociaux

Conduite par Internet auprès d'un échantillon de 3 019 internautes âgés de 13 ans et plus, cette étude a pour but de connaître les réseaux sociaux - aussi bien en termes de notoriété, de profil ou de motivation d'inscription - mais également de dresser un panorama des différents usages pratiqués sur les réseaux sociaux quels que soient le support et le lieu d'usage. L'étude permet aussi d'identifier les attentes des inscrits concernant les pages des marques et des médias. L'étude permet enfin de comprendre les réseaux sociaux du point de vue des internautes afin de les exploiter au mieux dans les stratégies de communication.

A vos marques !

Les membres des réseaux suivent de plus en plus de marques. Sur Facebook, Google+ et Twitter, ils en suivent une de plus qu'il y a un an sur chacun des 3 sites. Sur Twitter, près d'un inscrit sur 3 suit plus de 11 marques, contre 1 sur 5 il y a un an. En tête des pages les plus suivies, les marques de mode, les cosmétiques puis l'alimentaire et les boissons.

Et après, quel impact pour ces marques suivies ? Près d'un liker ou follower sur 5 consomme davantage les produits de la marque depuis qu'il est informé de son actualité.

La vitrine sociale permet aussi de plus en plus aux marques de se faire connaître ou lorsqu'elles sont déjà connues, d'améliorer leur image.

Au-delà des questions de confidentialité et de respect de la vie privée, les réseaux sociaux constituent un écosystème dans lequel amis, parents, relations professionnelles, personnalités et marques ont l'opportunité d'établir le contact, de le garder et de mieux se connaître.