



Connection creates value

Observatoire des réseaux sociaux

Janvier 2010

Echantillon

Echantillon de **1 002** personnes, représentatif de la population internautes française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil

Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (*CAWI - Computer Assisted Web Interviewing*).

Dates de terrain

Du 10 au 16 novembre 2009

Le podium (*)



93%

+4 points (**)

facebook

97%

+4 points (**)

myspace.com

83%

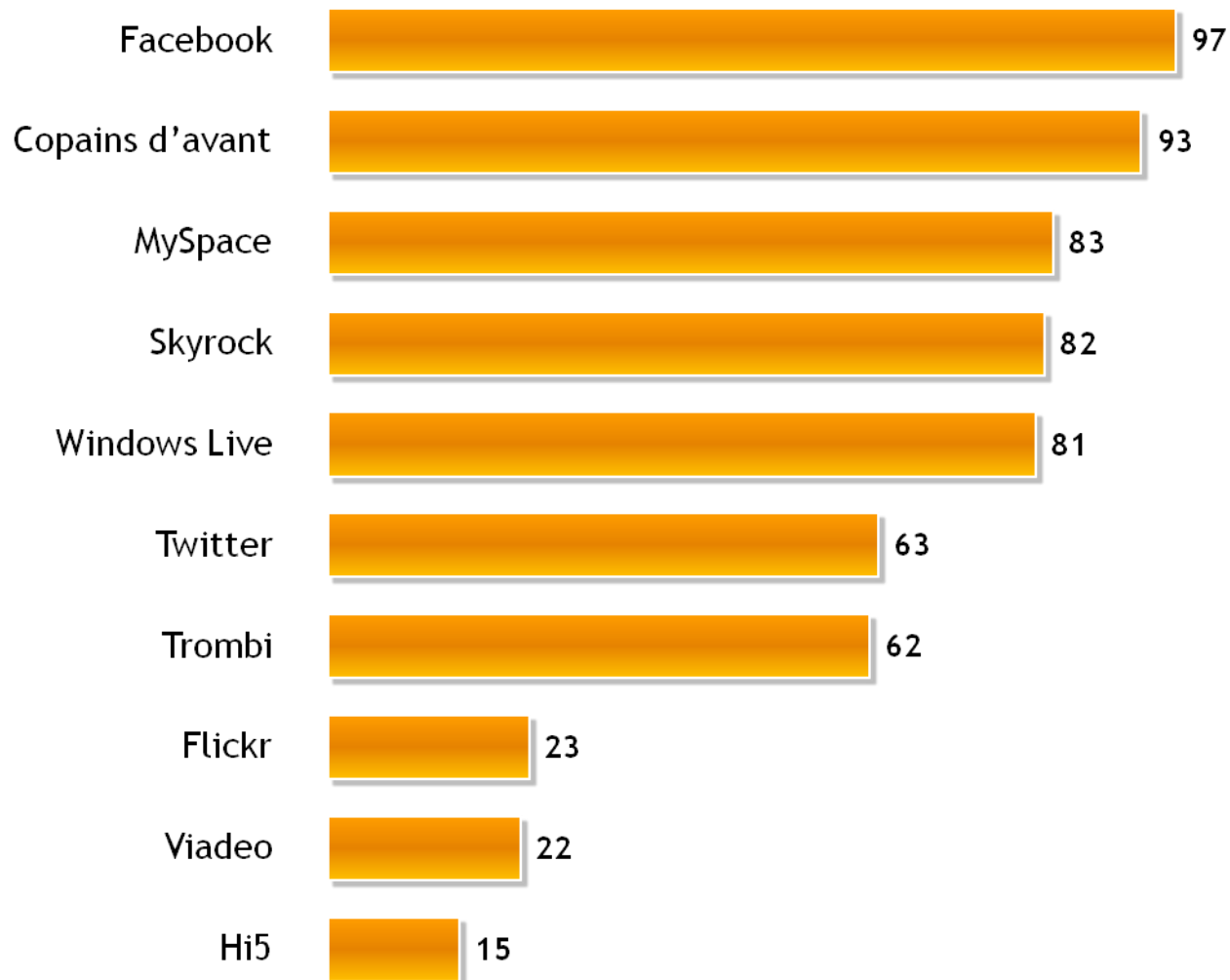
+5 points (**)

Le trio de tête des réseaux sociaux demeure inchangé par rapport à juin 2009, chacun des sites enregistrant dans le même temps une progression de son score de notoriété.

(*) Etabli sur la base du classement obtenu pour les 17 réseaux sociaux en ligne testés lors de cette étude : (Bebo, BeBoomer, Boomba, Copains d'avant, Facebook, Flickr, FriendFeed, Hi5, LinkedIn, MySpace, Ning, Orkut, Skyrock, Trombi, Twitter, Viadeo, Windows Live).

(**) Evolution observée depuis juin 2009 .

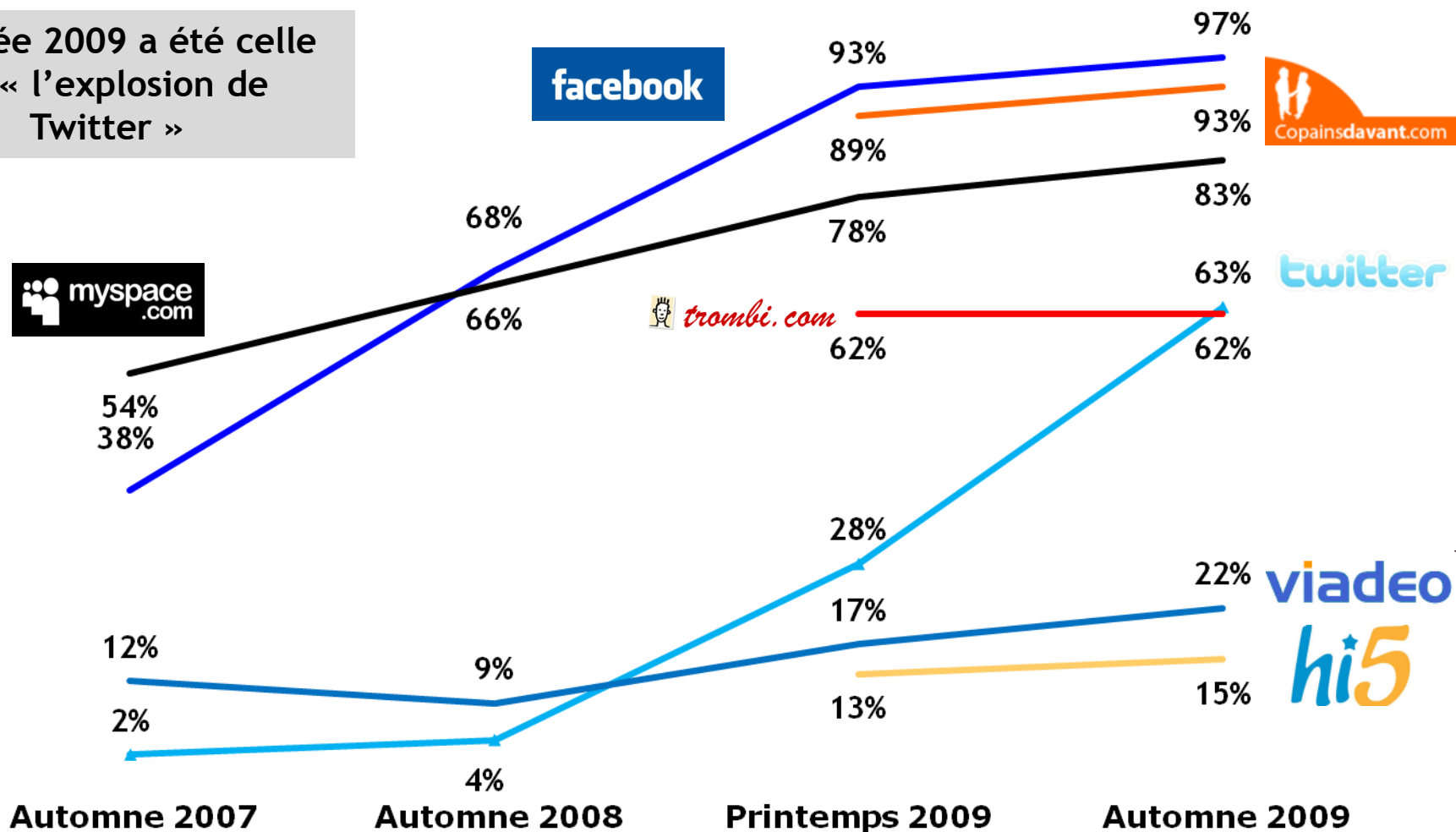
Question : Parmi les sites suivants, quels sont ceux que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ?



TOP 10

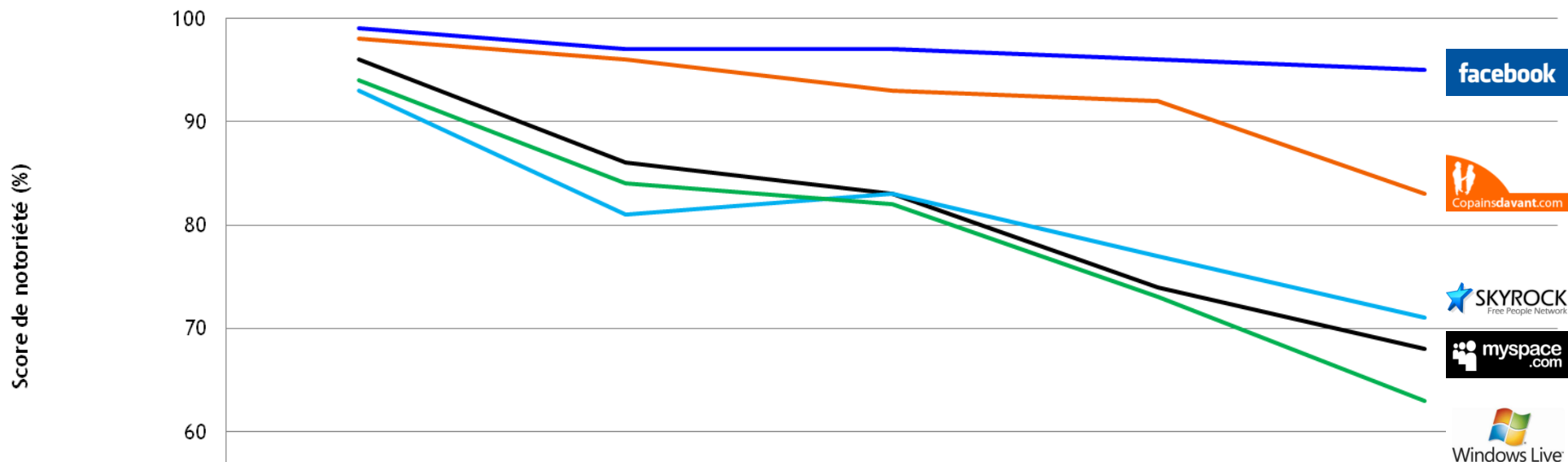
L'évolution depuis l'automne 2007 (*)

L'année 2009 a été celle de « l'explosion de Twitter »



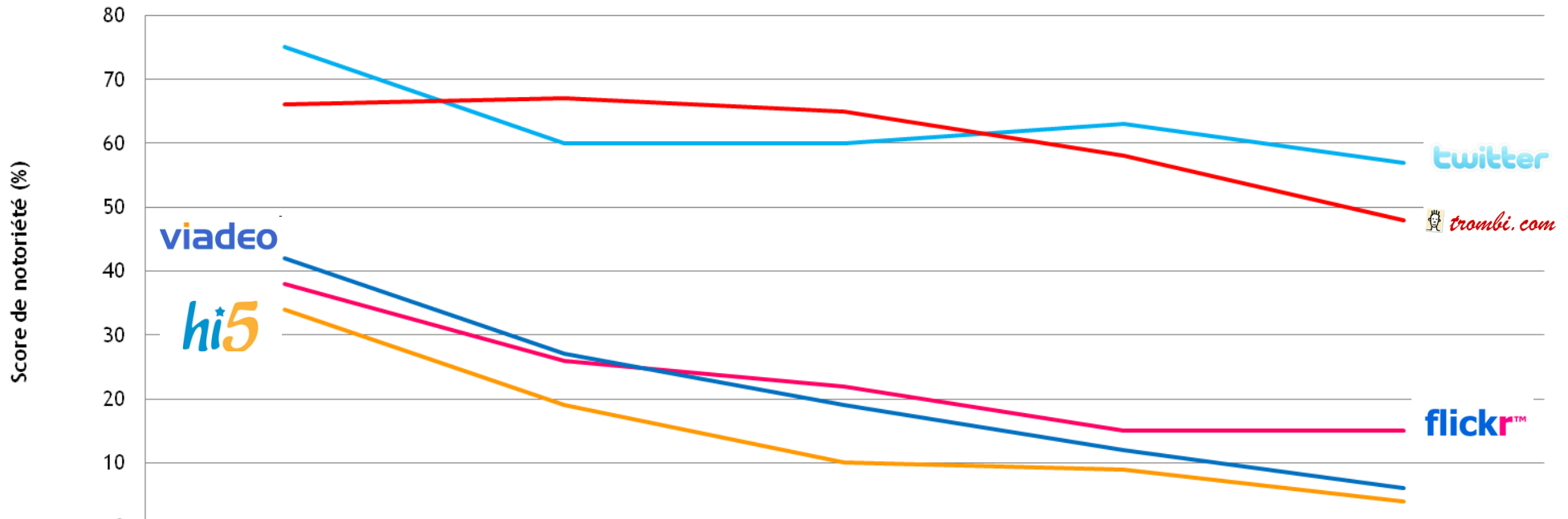
(*) Pour les réseaux sociaux en ligne testés depuis l'automne 2007, l'automne 2008 ou le printemps 2009 uniquement.

Selon l'âge des personnes interrogées



	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus
Facebook	99	97	97	96	95
Copains d'avant	98	96	93	92	83
MySpace	96	86	83	74	68
Skyrock	93	81	83	77	71
Windows Live	94	84	82	73	63

Selon l'âge des personnes interrogées



	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus
Twitter	75	60	60	63	57
Trombi	66	67	65	58	48
Flickr	38	26	22	15	15
Viadeo	42	27	19	12	6
Hi5	34	19	10	9	4

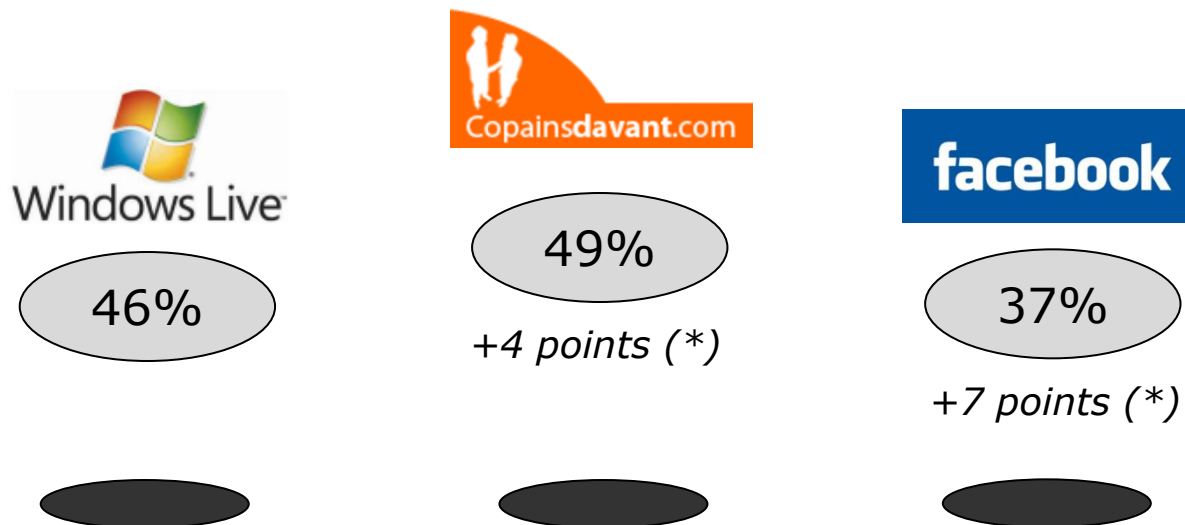
Les résultats de la nouvelle livraison de l'**Observatoire des réseaux sociaux** l'attestent : l'année 2009 a été marquée en France par une amplification de l'essor des réseaux sociaux en ligne.

Cet enseignement se vérifie pleinement pour les sites dont nous avons déjà mesuré le score de notoriété à l'automne 2008 : *Facebook* (+29 points), *MySpace* (+17 points) et *Viadeo* (+13 points). Le phénomène de ces derniers mois n'en reste pas moins *Twitter*, désormais connu de 63% des internautes... soit une progression de 58 points en un an.

Dans le détail, *Facebook* atteint désormais un niveau quasiment maximal (97% en ont entendu parler), talonné par *Copains d'avant* (93%). Viennent ensuite *MySpace* (83%), *Twitter* (63%) et *Trombi* (62%).

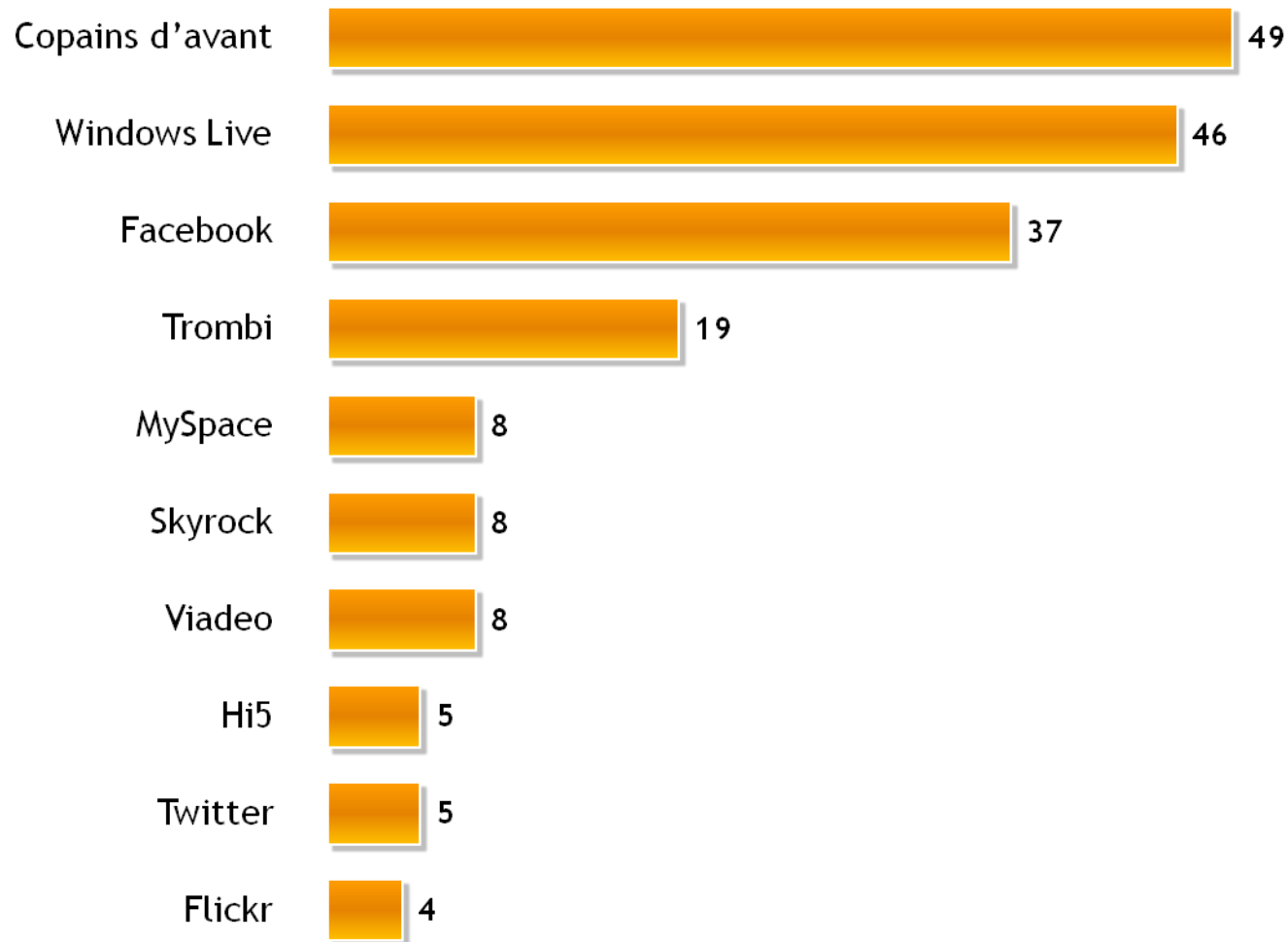
L'analyse des scores de notoriété par sous-catégories d'internautes laisse apparaître d'importantes disparités selon l'âge des personnes interrogées, avec en règle générale des scores à leurs plus hauts niveaux auprès des plus jeunes, et qui baissent ensuite sensiblement au fur et à mesure que l'on s'élève sur la pyramide des âges.

Le podium



En termes de membres, le français *Copains d'avant* devance sensiblement les américains *Facebook* et de peu *Windows Live*.

Question : Vous personnellement, possédez-vous votre propre compte avec votre profil sur les sites suivants ?



TOP 10

→ 77% des internautes déclarent être membre d'au moins un des réseaux sociaux en ligne testés.

Ce score varie très fortement d'une classe d'âge à une autre : 96% des jeunes âgés de 18 à 24 ans déclarent être au membre d'au moins un de ces réseaux contre 76% des internautes âgés de 35 à 49 ans et 52% de ceux âgés de plus de 65 ans.

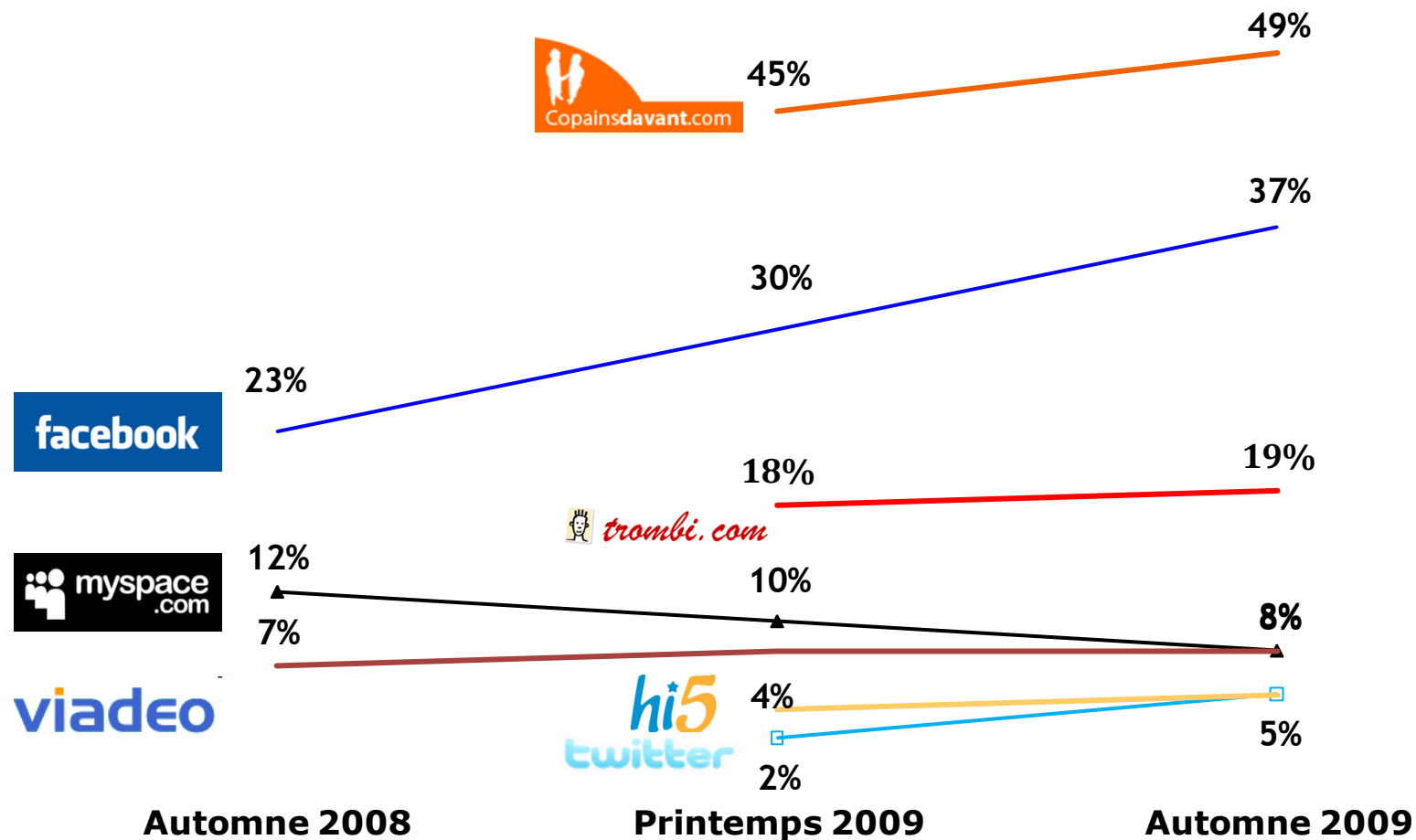
→ 25% des internautes sont membres d'un seul réseau social, 34% de deux à trois réseaux sociaux et 18% de quatre et plus.

Ici encore, le clivage générationnel s'avère déterminant : 35% des internautes âgés de 18 à 24 ans seraient membres de quatre réseaux sociaux ou plus, contre une proportion marginale au sommet de la pyramide des âges (65 ans et plus : 4% ; 50 à 64 ans : 8%).

→ En moyenne, un internaute est membre de 1,9 réseau social.

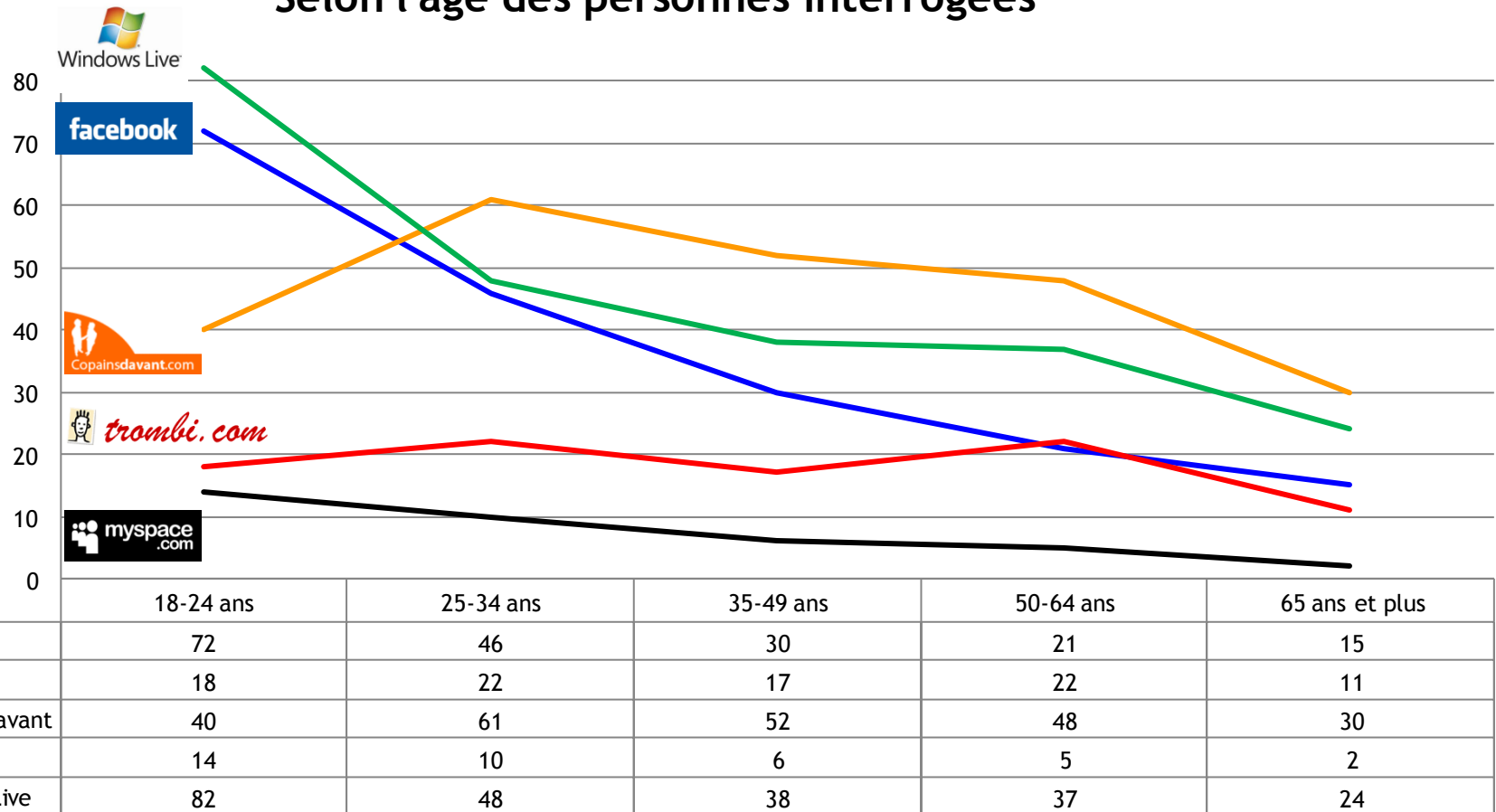
Ce score oscille entre 0,9 chez les internautes de plus de 65 ans et 2,9 chez ceux âgés de 18 à 24 ans. La position sur l'échelle sociale s'avère en revanche très peu discriminante, cette moyenne s'élevant à 1,9% chez les employés et les ouvriers contre 2,0 parmi les cadres et les professions libérales internautes.

L'évolution depuis l'automne 2008 (*)

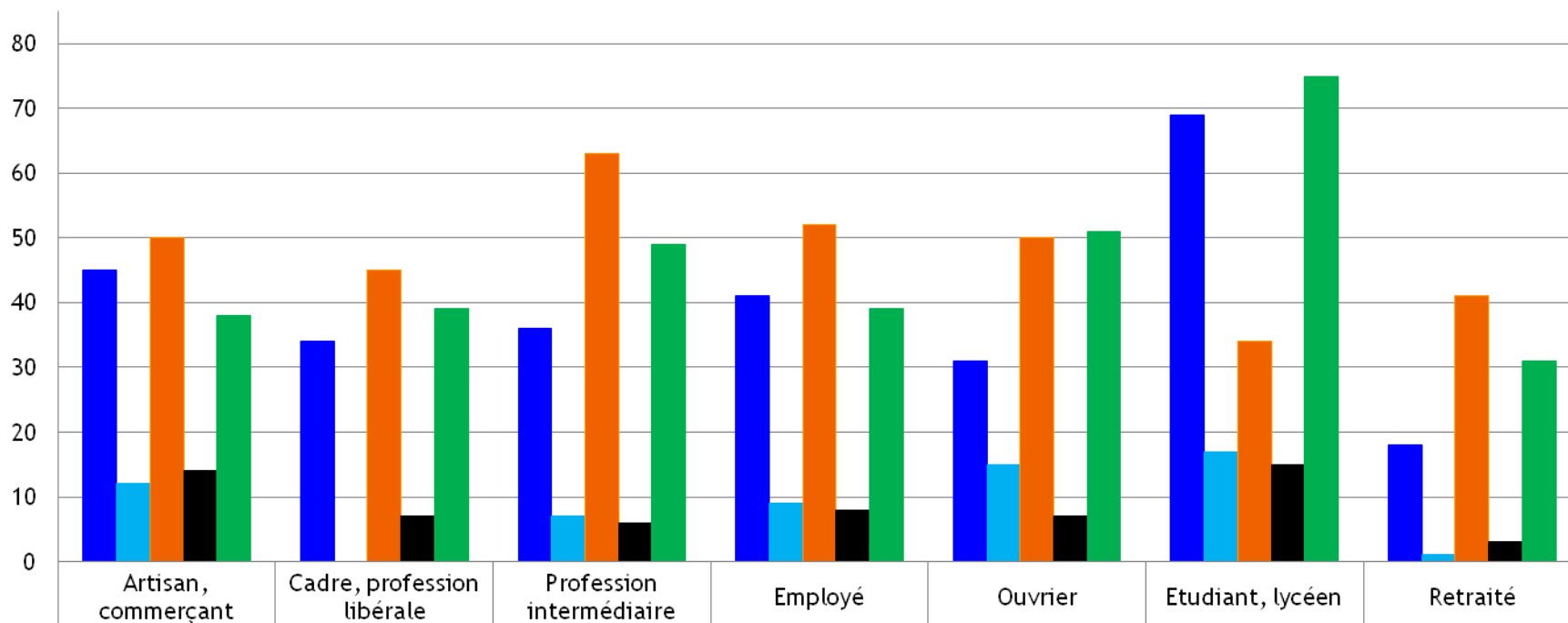


(*) Pour les réseaux en ligne testés depuis l'automne 2007 ou le printemps 2009 uniquement.

Selon l'âge des personnes interrogées



Selon la catégorie socioprofessionnelle



■ Facebook	45	34	36	41	31	69	18
■ Skyrock	12	0	7	9	15	17	1
■ Copains d'avant	50	45	63	52	50	34	41
■ MySpace	14	7	6	8	7	15	3
■ Windows Live	38	39	49	39	51	75	31

Les membres des trois principaux réseaux sociaux en France sont aussi membres d'autres réseaux en ligne :



Parmi les membres de Copains d'avant :

- 52% ont un compte Windows Live
- 48% ont un compte Facebook
- 32% ont un compte Trombi
- 10% ont un compte MySpace
- 11% ont un compte Viadeo
- 10% ont un compte Skyrock
- 8% ont un compte Hi5

Parmi les membres de Facebook :

- 65% ont un compte Copains d'avant
- 69% ont un compte Windows Live
- 29% ont un compte Trombi
- 16% ont un compte MySpace
- 14% ont un compte Viadeo
- 12% ont un compte Skyrock
- 9% ont un compte Hi5

Parmi les membres de Windows Live :

- 56% ont un compte Copains d'avant
- 56% ont un compte Facebook
- 25% ont un compte Trombi
- 13% ont un compte MySpace
- 10% ont un compte Viadeo
- 12% ont un compte Skyrock
- 7% ont un compte Hi5

L'appartenance aux réseaux sociaux en ligne progresse sensiblement, principalement en faveur de *Facebook* (+7 points en six mois, +14 points sur une année) et, dans une moindre mesure, de *Copains d'avant* (+4 points en six mois).

D'autres évolutions méritent d'être soulignée. *Twitter*, malgré des gains de notoriété très importants, peine à décoller en termes de membres, du moins à l'échelle de la France. Peut-être la mise en ligne récente d'une version française permettra-t-elle à ce réseau social de renforcer sa présence en 2010 en touchant un plus large public ?

Autre point marquant : la **perte de vitesse de *MySpace*** : « seuls » 8% des internautes affirment être désormais membre de ce réseau... contre 10% au printemps 2009 et 12% à l'automne 2008 (-4 points en un an).

Enfin, soulignons la **nouvelle performance de *Copains d'avant*** : 49% des personnes interrogées déclarent en être membre. L'avance de ce réseau social pourrait toutefois menacée à moyen terme, sa première place s'expliquant avant tout par sa capacité à capter les internautes âgés de plus de 25 ans. Parmi les 18-24 ans, *Copains d'avant* n'arrive qu'en troisième position du classement (40% de membres parmi cette classe d'âge), devancé par *Windows Live* (82%) et *Facebook* (72%). La nature du site elle-même pourrait aussi expliquer ce phénomène, *Copains d'avant* s'adressant en principe à des personnes ayant terminé leurs études.



Stratégies numériques : les dernières études publiées de l'Ifop

Les Internautes et Twitter

http://www.ifop.fr/?option=com_publication&type=poll&id=1020

Les internautes et la protection des informations personnelles sur les réseaux sociaux

http://www.ifop.fr/?option=com_publication&type=poll&id=1031

Les internautes et le e-commerce

http://www.ifop.fr/?option=com_publication&type=poll&id=978

Baromètre Allopass du micropaiement

http://www.ifop.fr/?option=com_publication&type=poll&id=972

Les Français et les renseignements téléphoniques

http://www.ifop.fr/?option=com_publication&type=poll&id=959

Les dirigeants de TPE et les médias

http://www.ifop.fr/?option=com_publication&type=poll&id=936

Internet et les femmes : quels usages, quelles attentes ?

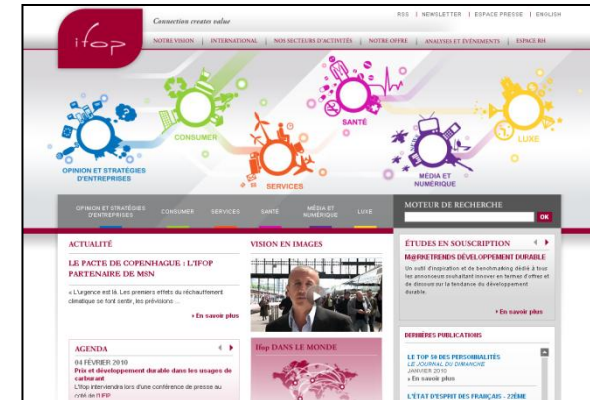
http://www.ifop.fr/?option=com_publication&type=poll&id=896

Les Français et les jeux vidéo

http://www.ifop.fr/?option=com_publication&type=publication&id=96

Influence des médias sur les décisions d'achat

http://www.ifop.fr/?option=com_publication&type=publication&id=77





Yves-Marie CANN

Directeur d'études

Département Opinion et Stratégies d'entreprise

yves-marie.cann@ifop.com

☎ 01.72.34.94.19

Ifop
6-8 rue Eugène Oudiné
75013 Paris
☎ 01 45 84 14 44
www.ifop.com

A propos du Groupe Ifop :

L'Ifop est depuis 1938 un des pionniers et l'un des leaders sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing. Au delà de ses 3 pôles métiers (omnibus, panels, phone city), l'Ifop est structuré autour de 6 secteurs porteurs et en résonance avec les mutations de la société et des marchés: Opinion et Stratégies d'entreprise; Consumer centré sur les marchés de la grande consommation, de la maison et du bien être; les Services articulés autour de 3 secteurs à fort potentiel, l'énergie, la banque et l'assurance et la mobilité; les Médias et le Numérique; et la Santé qui compte une organisation Global Healthcare.

A propos du Département Opinion et Stratégies d'entreprise de l'Ifop :

Le Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'Ifop compte une vingtaine de professionnels de l'opinion publique indépendants. La mission de notre Département est d'accompagner dans leurs décisions stratégiques et leurs choix de communication l'ensemble des acteurs publics, privés ou associatifs, qu'ils relèvent de la sphère politique, économique, sociale, médiatique ou du développement durable. Il s'agit, au travers des dispositifs d'enquête quantitatifs et qualitatifs réalisés par le Département Opinion et Stratégies d'Entreprises d'éclairer nos clients sur les opinions, les attitudes et les comportements des groupes et des individus, dans toute leur diversité et complexité d'électeurs, de consommateurs, de salariés, d'usagers, d'épargnants, d'internautes...

Internet et Webosphère à l'Ifop :

Internet à l'Ifop, c'est plus de 400 études par an couvrant tous les secteurs de l'opinion et du marketing, des interventions sur les cinq continents, avec des équipes et des moyens techniques intégrés, une gamme d'outils spécifiquement conçus pour le web (Flashweb, WebExplorer, etc.) ainsi que la déclinaison en ligne de nos outils leaders (IdeaMap, Ad+, etc).