



#Datamind

Tendances 2023

Les chiffres essentiels
pour comprendre les
réseaux sociaux

Sommaire #Datamind

Introduction

A propos de Digimind : veille et social media listening

[Médias Sociaux dans le monde et en France](#)

[Focus : confinements 2020 et 2021 : un bouleversement des usages](#)

[Focus : GenZ, enfants, jeunes et réseaux sociaux](#)

[Focus : Les réseaux sociaux et l'accès à l'information](#)

[Focus sur 6 réseaux sociaux :](#)

[LinkedIn](#) [Twitter](#) [Facebook](#) [Instagram](#) [Snapchat](#) [TikTok](#)

[Messageries](#)

[Marketing Digital et Social Media Marketing](#)

[Social Selling et Avis Consommateurs](#)

[Sources](#)

[Ressources](#)



Données pour l'international



Données pour la France

Sur chaque page de rubrique, ce bouton vous permet de revenir au sommaire





Introduction



Pourquoi #Datamind, ces tendances 2022-2023 en chiffres ?

Le paysage et l'environnement des médias sociaux ainsi que leurs usages sont en constante évolution. Les réseaux chinois sont de plus en plus utilisés et l'offre est très segmentée pour les moins de 25 ans. La bonne compréhension des enjeux et des pratiques du social media pour mener à bien vos stratégies de marketing digital nécessite de connaître au mieux les études, données et analyses importantes du monde numérique afin de bénéficier **de clés de lecture** et décryptages.

C'est pourquoi, après [les tendances 2019-2020](#), nous avons de nouveau souhaité, pour 2023, compiler dans ce guide les chiffres, études, analyses et data essentiels (souvent évoqués dans nos [études](#) et [guides](#)) afin de mieux comprendre et connaître les tendances des médias sociaux, de l'information et du marketing digital.

Nous espérons que toutes ces données inspireront vos stratégies digitales et social media.

Bonne lecture !



Christophe ASSELIN [@asselin](#)

DIGIMIND [@digimind_fr](#) | **Solutions d'Ecoute, de Veille et d'Analyse du Web et des Médias Sociaux**

A propos de Digimind

Veille et Social Media Listening

Digimind est un leader des solutions logicielles de Social Media Intelligence et de veille stratégique. La technologie Digimind, dédiée aux marques et agences, transforme les données du web en business insights, permettant la construction et le pilotage des opérations marketing. Digimind a développé une **plateforme de veille, d'écoute et d'analyse du web et des médias sociaux** ainsi qu'un **moteur de recherche de conversations social media**.

Basée à Paris, New York, Buenos Aires, Singapour et Rabat, Digimind accompagne aujourd'hui plus de 800 clients dans le monde, tels que Roche, Sony, Mc Cann, ou encore Lexus. Elle les aide à engager des démarches "insights-driven" et à accélérer leur transformation digitale.

Envie d'en savoir plus sur Digimind et ses outils d'écoute et d'analyse des médias sociaux ?

Contactez-nous :

contact@digimind.com



A propos de Digimind

Digimind INSIGHTS LAB

Le service Digimind INSIGHTS LAB est constitué d'une **équipe d'analystes multilingues**, spécialistes de la veille et des médias sociaux, qui réalise pour vous la sélection et qualification de contenus, des rapports d'analyse, newsletters et audits sur-mesure et adaptés à vos besoins sectorielles.

De l'étude ponctuelle à l'analyse en continu, nos analystes mettent en œuvre leur expertise au service de vos enjeux stratégiques.

Dashboards

Informations mises à jour en temps réel

Alertes sujets sensibles

Contenus sensibles, crises

Ecoute & qualification

Tonalités, thèmes, émetteurs

Analyses synthèses et recommandations

Rapports, audits, notes de synthèses sur mesure, hebdomadaire ou mensuelles



Envie d'en savoir plus sur Digimind INSIGHTS LAB ?

Contactez-nous : insights@digimind.com

Recommendations

- 1 Create partnership, like Magimix, with major influencers to promote the I-companion
Up to 12k mentions per publication - audience 2x-3x higher than Moutarde on Instagram
- 2 Post more about the I-companion to increase its visibility and community interaction
6 total mentions published by Moutarde on all social media in Luxembourg - 30 by Thermomix
- 3 Posting recipes relating to the top trends identified on social media
Where on Instagram: Who: for mothers When: before evenings, on weekdays What: pizzas and breakfast

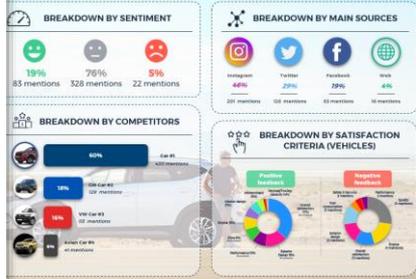
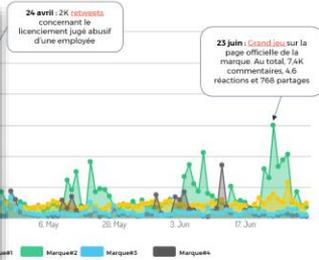
Synthesis

ANALYSE GLOBALE

Evolution des mentions

Cartographie des influenceurs

Audit post-crise + 20 j



Médias Sociaux

Monde et France



#Datamind www.digimind.com





Internautes



5,16 milliards
64,4% de la population

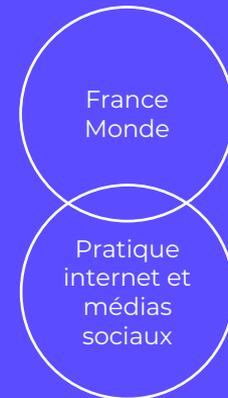
54,5 millions
85,9% des français

Utilisateurs actifs médias sociaux



4,76 milliards
59,4% population

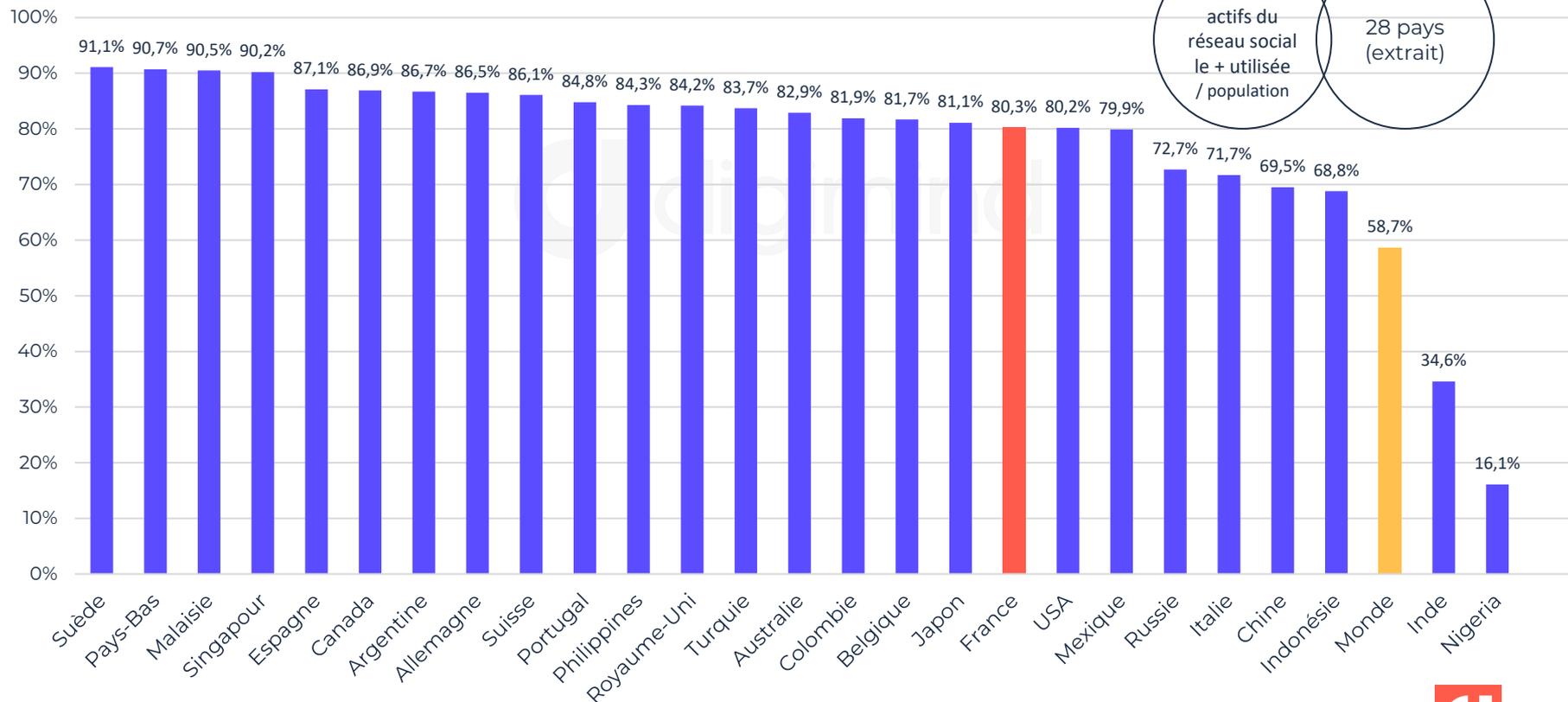
38 millions
60% population



Source : We Are Social DataReportal janvier 2023. Médiamétrie janvier 2023 . Data 12/22



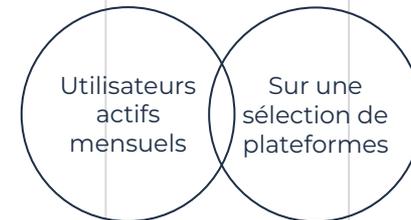
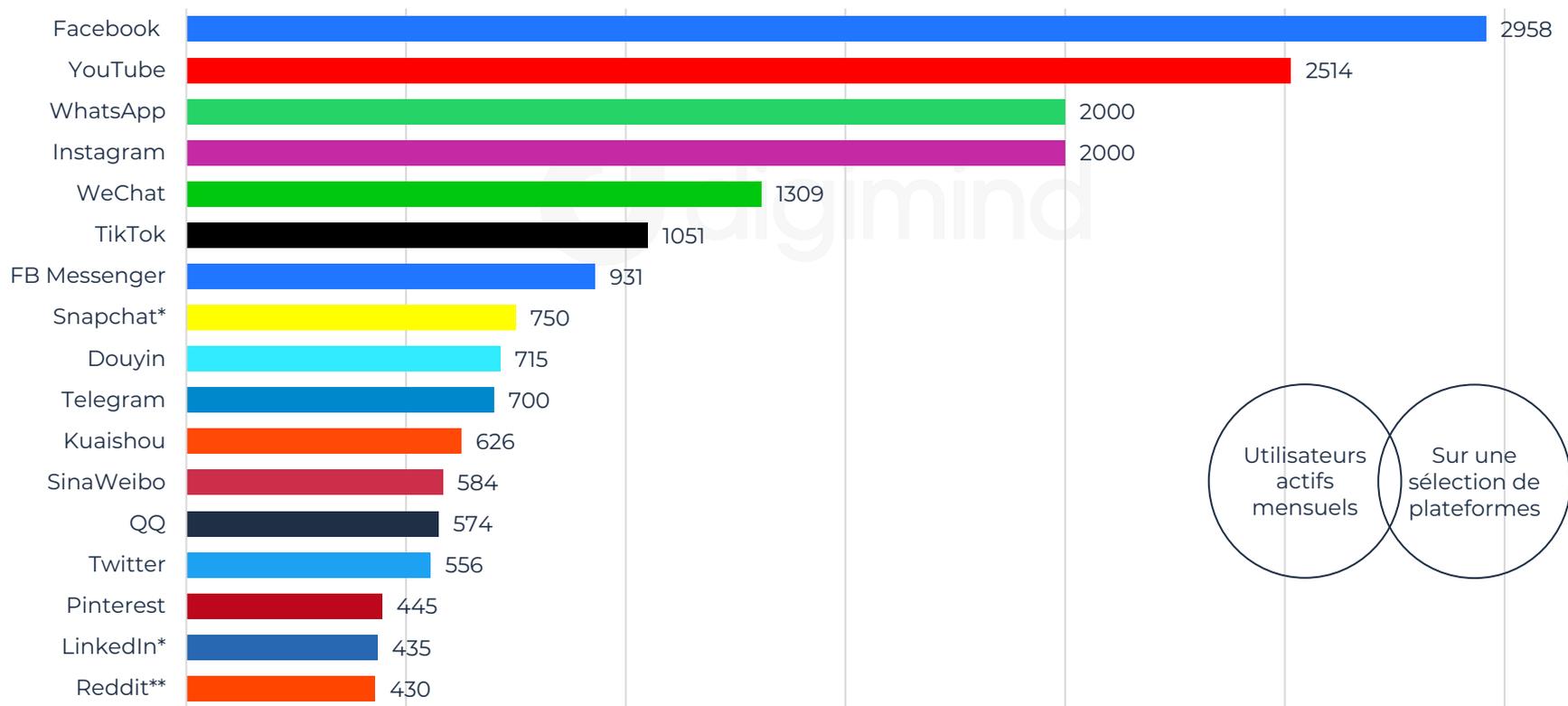
Pénétration des réseaux sociaux dans le monde. 2022



Source : Digital Report 2022 – WeAreSocial 2022 avril . Données Kepios et études économiques locales.



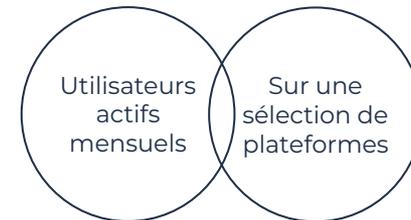
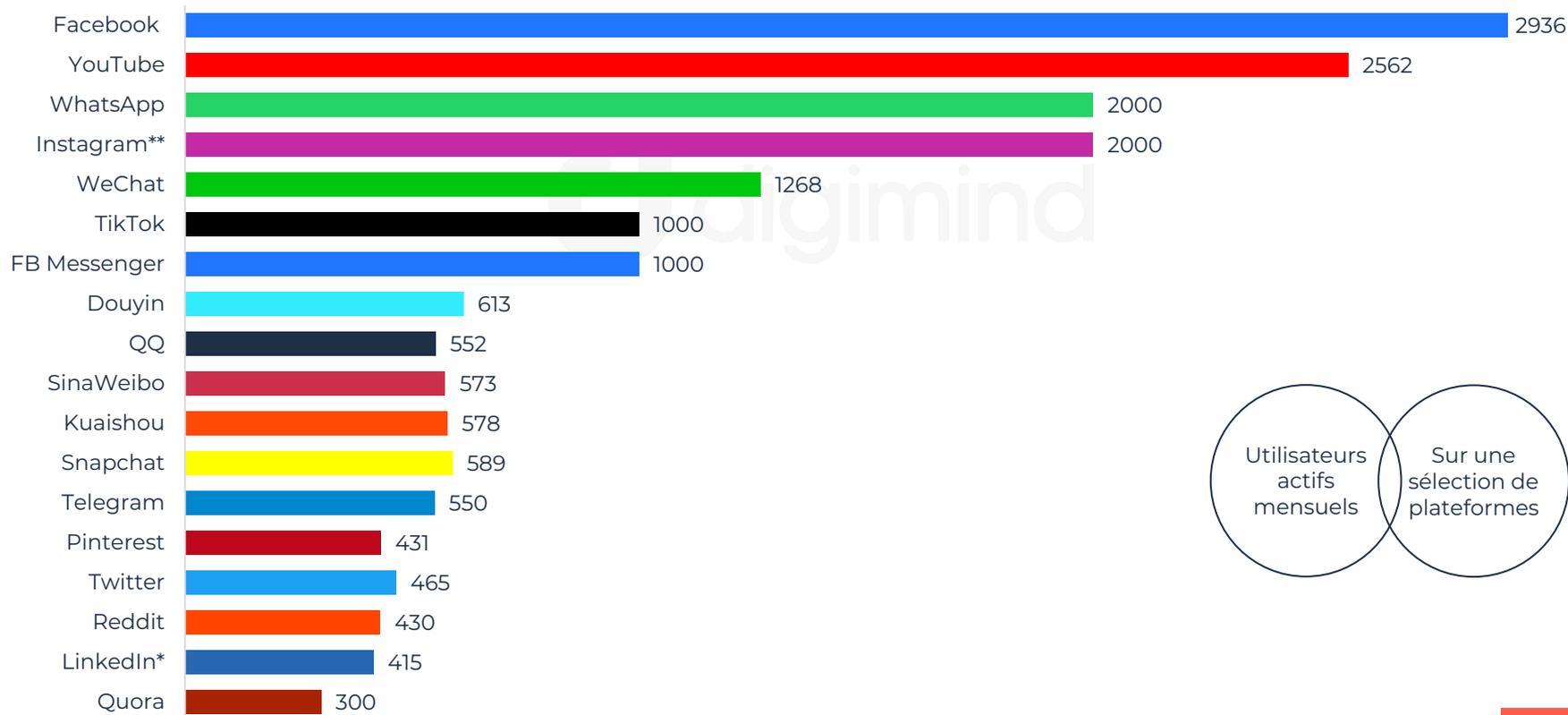
Top des réseaux sociaux dans le monde 2023. En millions d'utilisateurs (audience)



Sources : We Are Social Digital Report 2023 : Données Kepios, plateformes et Ads Manager. Et plateformes, *LinkedIn estimation / 50% membres, **Données 2022



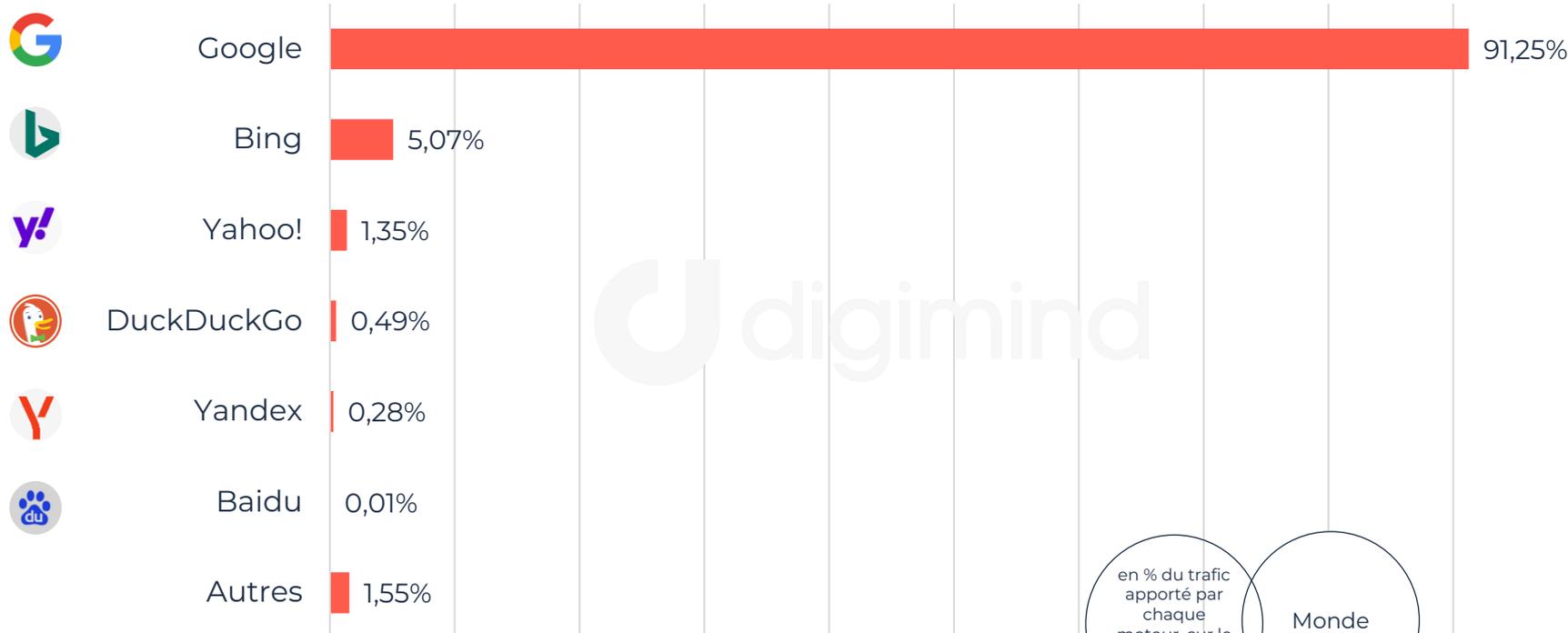
Top des réseaux sociaux dans le monde 2022. En millions d'utilisateurs (audience)



Sources : We Are Social Digital Report avril 2022 : Données Kepios, plateformes et Ads Manager. Et plateformes, *LinkedIn estimation / 50% membres, **CNBC



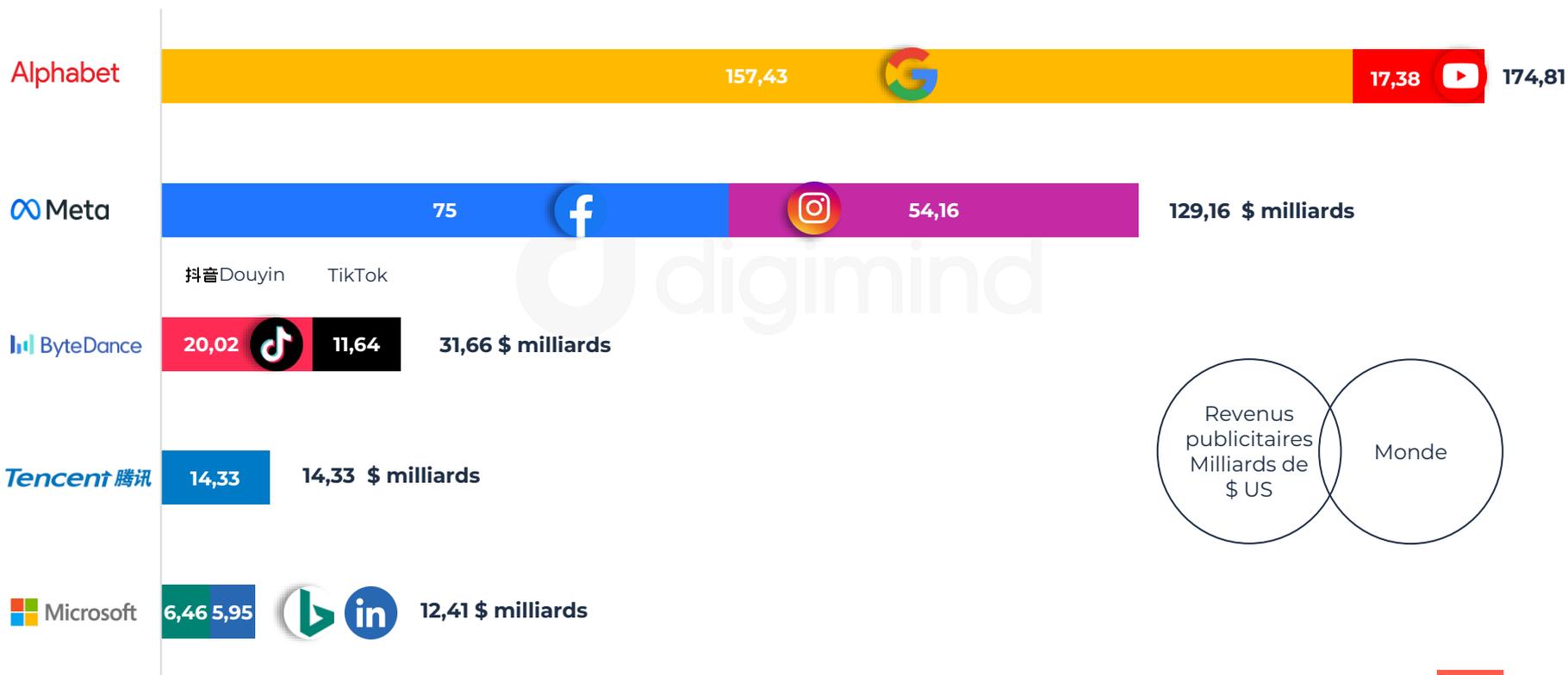
Parts de marché des moteurs de recherche en France. 2023



Source : StatCounter in WeAreSocial Digital 2023 France



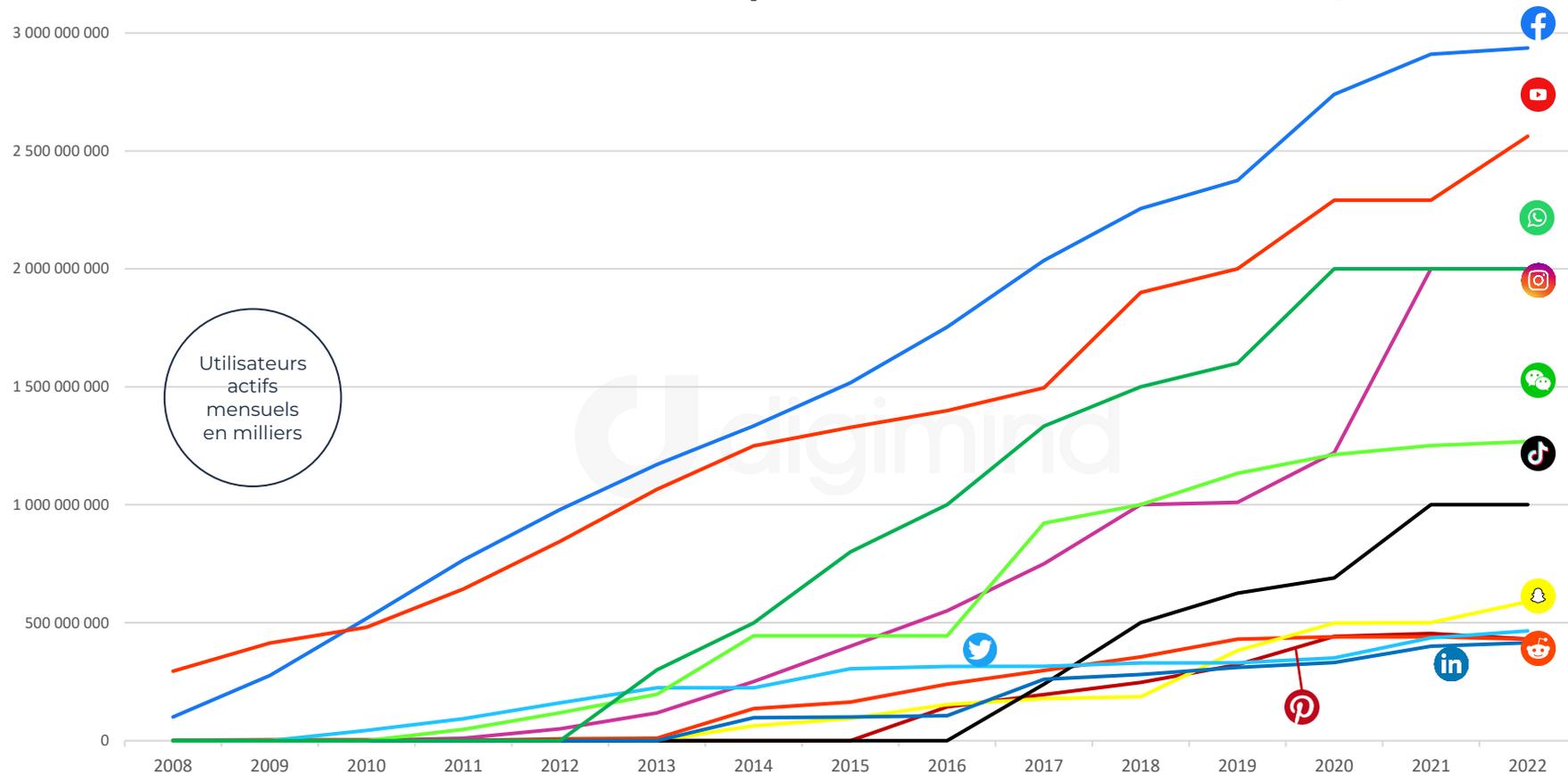
Prévisions revenus publicitaires plateformes social media. Année 2022.



Sources : eMarketer- Insider Intelligence . Mars 2022



Evolution des utilisateurs actifs mensuels par réseau social 2008-2022

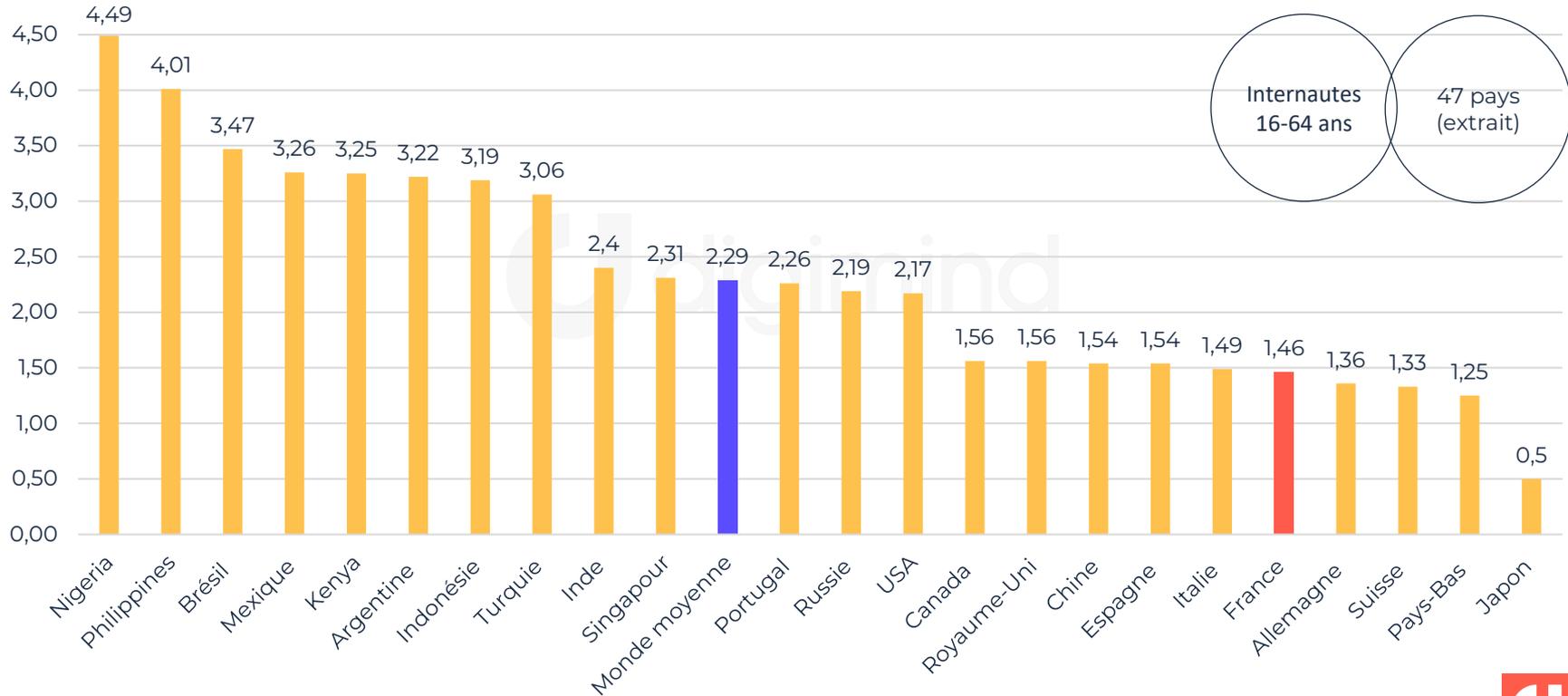


Sources : TNW, Statista, ourworldindata, plateformes sociales, We Are Social

Temps passé sur les réseaux sociaux par jour dans le monde. 2022



Heures, minutes



Source : GlobalWebIndex's report on the latest trends in social media Q4 2021 – Digital Report 2022 avril



TikTok devient le domaine Internet le plus visité au monde

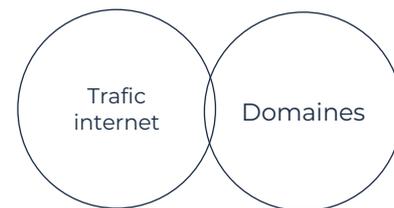


Fin 2021

1.  TikTok.com
2.  Google.com
3.  Facebook.com
4.  Microsoft.com
5.  Apple.com
6.  Amazon.com
7.  Netflix.com
8.  YouTube.com
9.  Twitter.com
10.  WhatsApp.com

Fin 2020

1.  Google.com
2.  Facebook.com
3.  Microsoft.com
4.  Apple.com
5.  Netflix.com
6.  Amazon.com
7.  TikTok.com
8.  YouTube.com
9.  Instagram.com
10.  Twitter.com



Sources : Cloudflare Radar décembre 2021



App. mobiles : téléchargements-utilisateurs actifs-dépenses. Année 2022. Monde



Téléchargements 2022

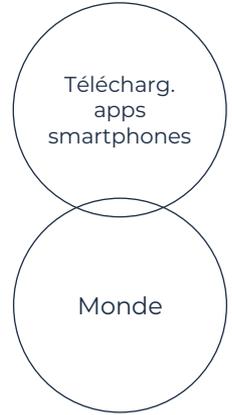
1		Instagram	+1
2		TikTok	-1
3		Facebook	=
4		WhatsApp	=
5		Snapchat	+1
6		Telegram	-1
7		CapCut	+2
8		Messenger	-1
9		WhatsApp Business	new
10		Spotify	=

Dépenses Utilisateurs 2022

		TikTok	+1
		YouTube	-1
		Tinder	=
		Disney+	=
		HBO Max	+2
		Google One	+2
		Piccoma	-1
		Bumble App	-1
		Tencent Video	-1
		iQIYI	new

Utilisateurs actifs mensuels 2022

		Facebook	=
		WhatsApp	=
		Instagram	+1
		Messenger	-1
		TikTok	+1
		Telegram	+1
		Amazon	-2
		Twitter	=
		Spotify	=
		Netflix	=



Source : Data AI (ex App Annie Intelligence 2023-2022). State of Mobile. App IQ Taxonomy. Variations /top 10 2021 +-=



Applications mobiles les plus téléchargées par année : évolution 2019-2021. Monde



2019			2020			2021		
1		WhatsApp – Facebook =		TikTok - ByteDance +1		TikTok - ByteDance =		
2		TikTok – ByteDance +2		WhatsApp - Facebook -1		Facebook - Meta +1		
3		Messenger – Facebook -1		Facebook - Facebook +1		Instagram - Meta +1		
4		Facebook – Facebook -1		Instagram – Facebook +1		WhatsApp - Meta -2		
5		Instagram – Facebook =		Zoom - Zoom Video Nouveau		Messenger - Meta +1		
6		Likee – Bigo Nouveau		Messenger – Faceboo -3		Télégram - Telegram +2		
7		SHAREit – SHAREit =		Snapchat - Snap +2		Snapchat - Snap =		
8		YouTube – Google =		Télégram - Telegram - Nouveau		Zoom - Zoom Video -3		
9		Snapchat - Snap =		Google Meet - Google Nouveau		CapCut - Bytedance +6		
10		Netflix - Netflix Nouveau		Snack Video - Joyo Nouveau		Spotify - Spotify +3		

Source : SensorTower Janvier 2020 – janvier 2021 – janvier 2022 – variations N/N-1



Applications mobiles les plus téléchargées Q1 2022 vs Q4 2021. Monde

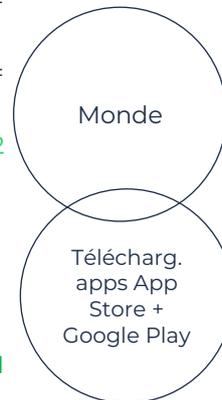


Téléchargements Q4 2021

1		Instagram – Meta
2		TikTok - ByteDance
3		Facebook - Meta
4		WhatsApp - Meta
5		Telegram - Telegram
6		Snapchat - Snap
7		Messenger - Meta
8		Shopee - Shopee Singapore
9		Meesho – Meesho Inc.
10		Spotify - Spotify

Téléchargements Q1 2022

1		TikTok – ByteDance	+1	186 millions
2		Instagram - Meta	-1	
3		Facebook - Meta	=	
4		WhatsApp - Meta	=	
5		Telegram - Telegram	=	
6		Shopee - Shopee Singapore	+2	
7		Snapchat - Snap	-1	
8		Messenger - Meta	-1	
9		Capcut – ByteDance	New	+1
10		Spotify - Spotify	=	



Source : SensorTower Q42021–Q1 2022 variations / Q4 2021



App. mobiles Social Media : téléchargements en Europe. Année 2022



Source : data.ai 2023



App. mobiles Social Media : téléchargements en Europe. Année 2021

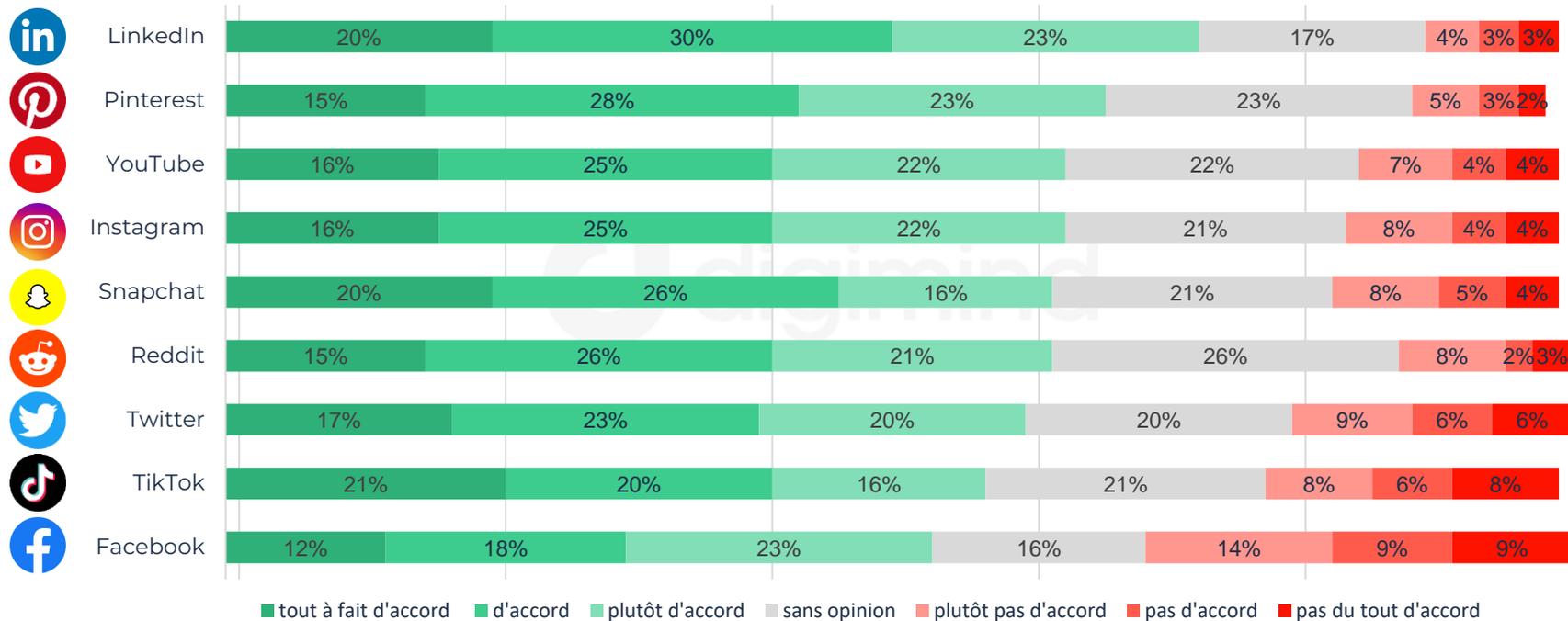


Source : App Annie Intelligence 2022



Confiance envers les plateformes pour la protection des données personnelles (USA)

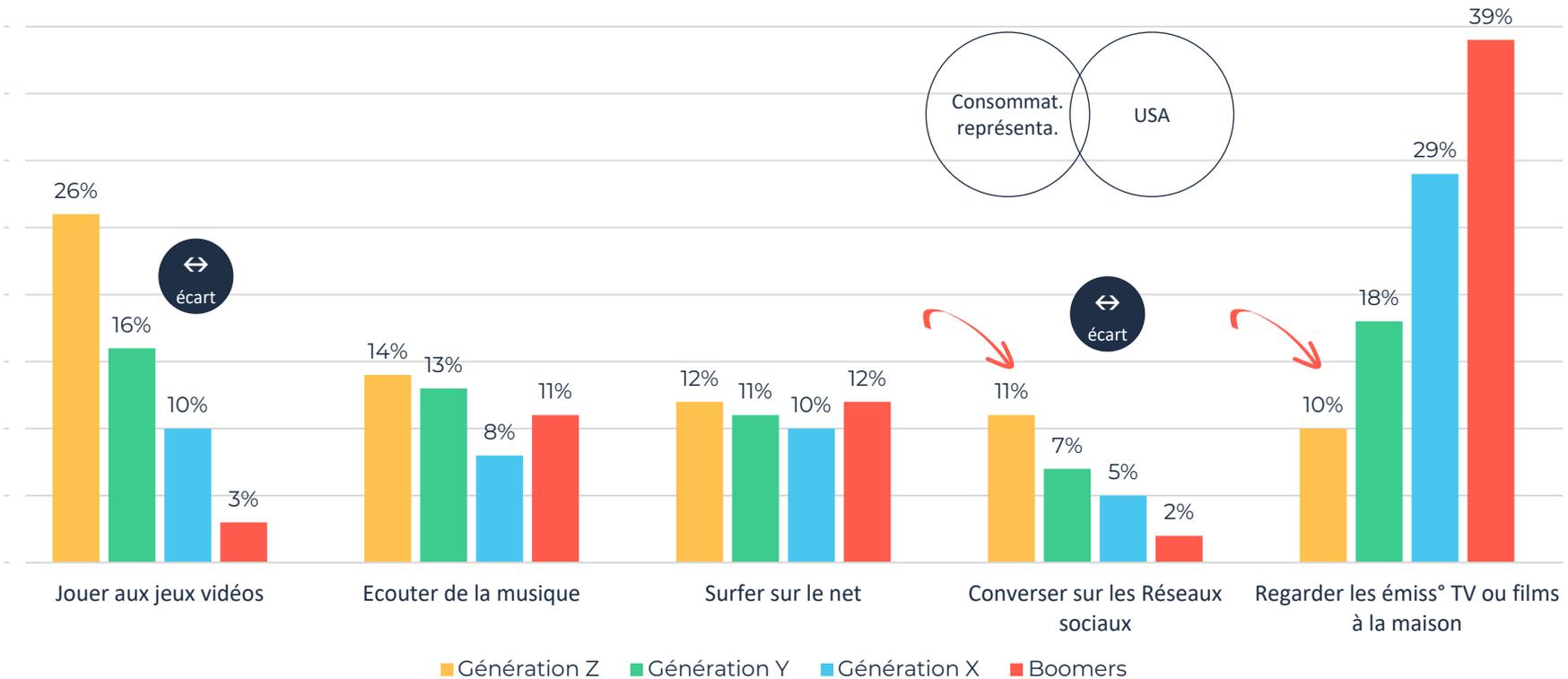
Je suis convaincu que cette plateforme social media protège ma vie privée et mes données



Source : Insider Intelligence "US DigitalTrust" Survey juin 2020



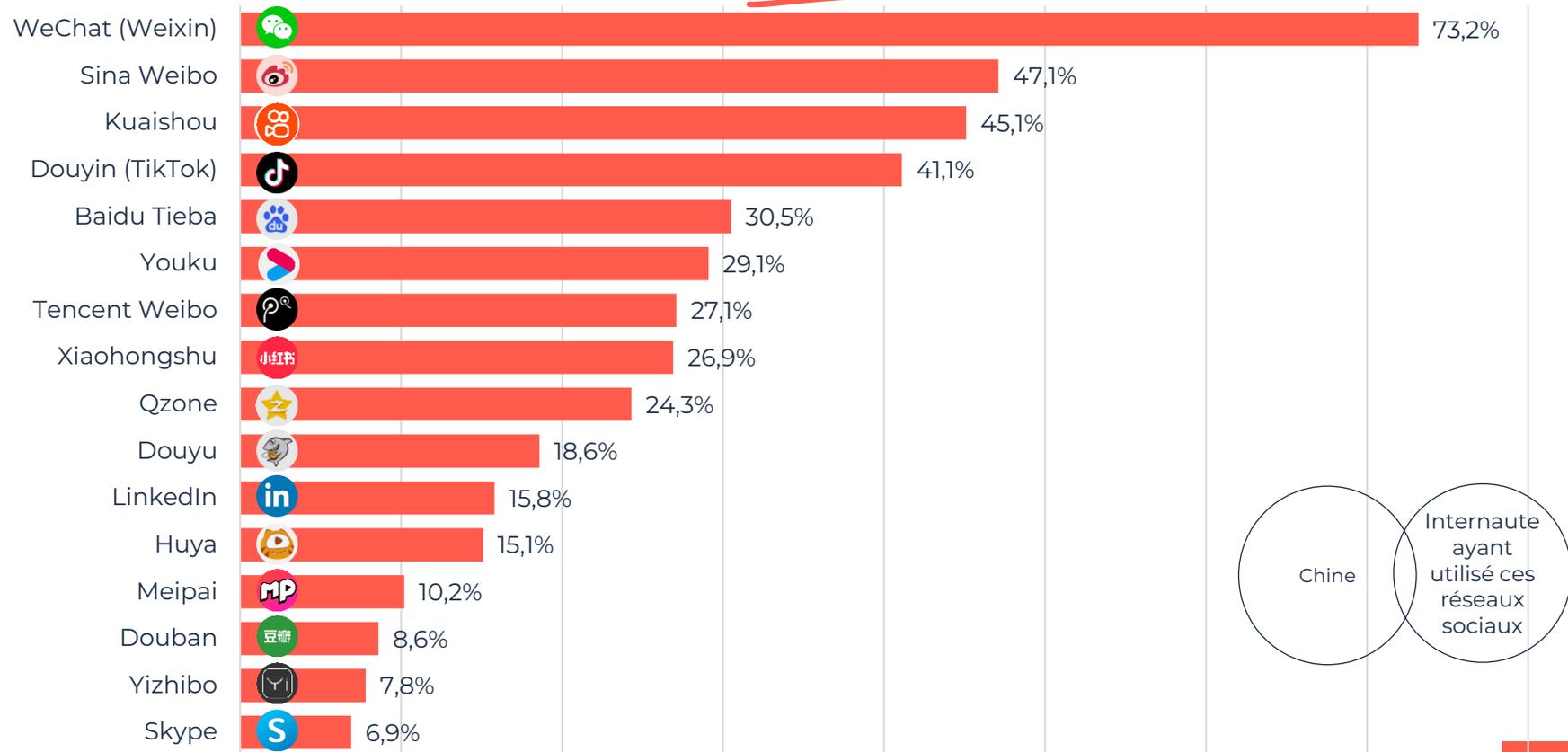
Activités favorites de divertissement par générations. (USA)



Source : 2009 consommateurs. Deloitte Digital media trends, 15th edition.2021.



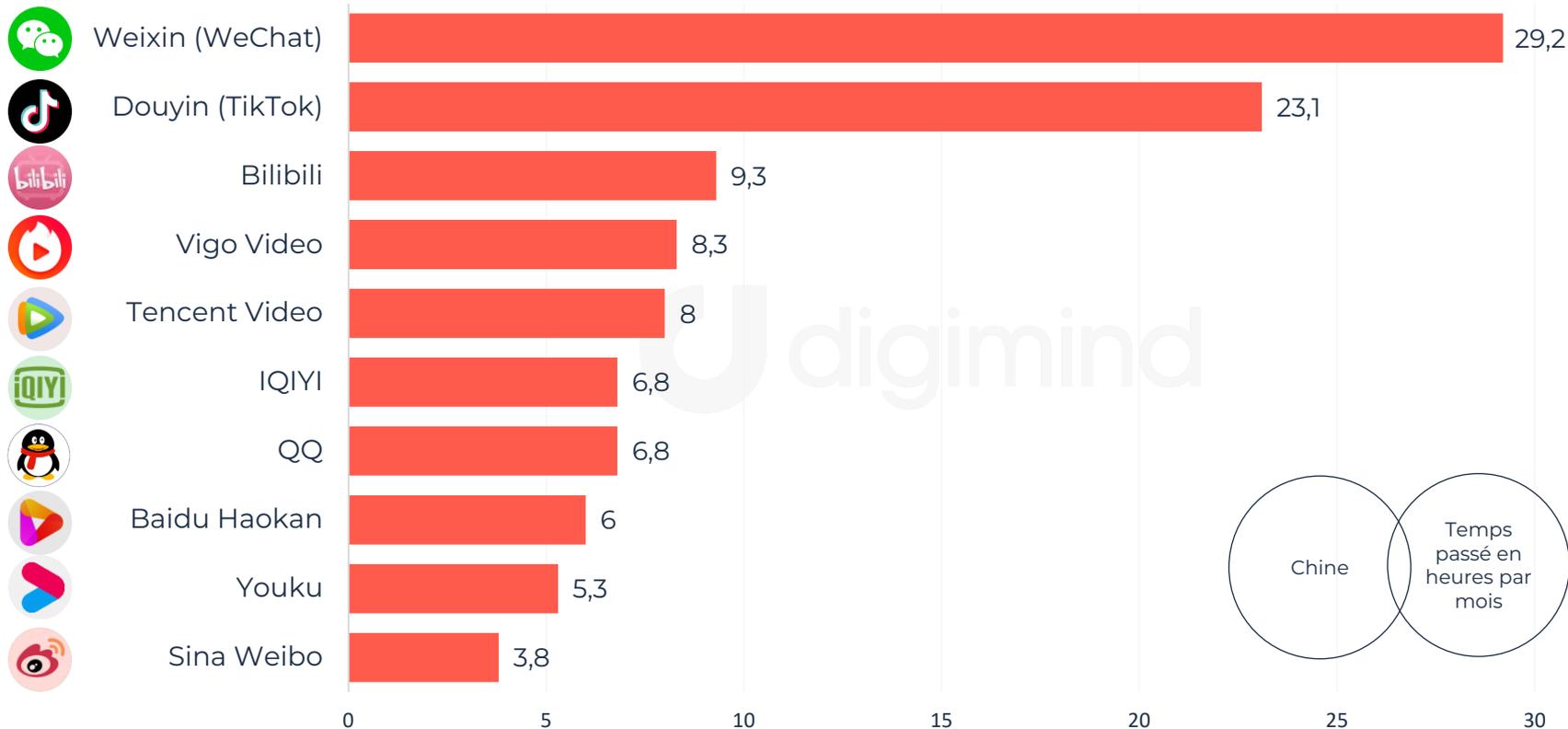
Les réseaux sociaux les plus populaires en Chine. 2020



Source : Statista. Part des internautes sur les réseaux sociaux en Chine au 3ème trim. 2020 . Enquête usages numériques en Chine.



Temps passé sur les app de réseaux sociaux et streaming vidéo. Chine



Source : App Annie Intelligence - Android seulement - State of Mobile 2021



Messageries et réseaux sociaux en 2023

6 Français sur 10 les visitent chaque jour

37% du temps de surf quotidien

45 millions de français surfent chaque jours sur internet

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- L'année Internet 2022



+5% /
année
précédente

66% des
Français





en moyenne

2h18 mn chaque jour sur internet *

datamind



Les internautes français passent en moyenne

52 mn chaque jour sur les réseaux sociaux et messageries *

+7 mn/
l'année
précédente



2h19 chez les 15-24 ans *

+12 mn
/ l'année
précédente

Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- ** L'année Internet 2022 -- octobre 2021 - Audience Internet Base 2 ans et plus.





Téléchargements 2022

- 1  **WhatsApp** – Meta
- 2  **TikTok** – ByteDance
- 3  **Doctolib** – Doctolib
- 4  **Telegram** – Telegram FZ-LLC
- 5  **Instagram** – Meta
- 6  **Lidl Plus** – Lidl Digital Inter. GmbH
- 7  **CapCut** - ByteDance
- 8  **Waze** - Google
- 9  **Snapchat**– Snap
- 10  **Facebook**- Meta

Utilisateurs actifs 2022

- 1  **WhatsApp** – Meta
- 2  **Facebook** – Meta
- 3  **Messenger** – Meta
- 4  **TousAntiCovid** – Gvt fr
- 5  **Instagram** – Meta
- 6  **Snapchat** – Snap
- 7  **Waze** – Google
- 8  **Netflix** – Netflix =
- 9  **TikTok** – ByteDance
- 10  **Amazon** – Amazon

Dépenses par utilisateurs

- 1  **TikTok** – ByteDance
- 2  **Deezer** – Deezer
- 3  **Disney+** – Disney
- 4  **Tinder** – Tinder Inc.
- 5  **Google One** – Google
- 6  **Salto** – Salto France
- 7  **AdopteUnMec** – GEB AdoptAGuy
- 8  **YouTube** – Google
- 9  **Netflix** – Netflix
- 10  **Le Monde** – Happn SAS

Source : Data AI (ex App Annie Intelligence 2023-2022). State of Mobile. App IQ Taxonomy



App. mobiles : téléchargements-utilisateurs actifs-dépenses. France année 2021



Téléchargements 2021

Variation / 2020

Utilisateurs actifs 2021

Dépenses par utilisateurs

Téléchargements 2021		Variation / 2020	Utilisateurs actifs 2021		Dépenses par utilisateurs	
1	 TousAntiCovid – Gvt Fr;	new	1	 WhatsApp – Meta	1	 Deezer – Deezer
2	 WhatsApp – Meta	=	2	 Facebook – Meta	2	 Disney+ – Disney
3	 TikTok – ByteDance	-2	3	 Messenger – Meta	3	 Tinder – Tinder Inc.
4	 Instagram – Meta	-1	4	 Instagram – Meta	4	 Netflix – Netflix
5	 Doctolib – Doctolib	new	5	 TousAntiCovid – Gvt fr	5	 Google One – Google
6	 Shein – Shein Group Ltd	new	6	 Snapchat – Snap	6	 AdopteUnMec – GEB AdoptAGuy
7	 Facebook - Meta	+3	7	 Waze – Google	7	 YouTube – Google
8	 Snapchat – Snap	+1	8	 Netflix – Netflix =	8	 Twitch – Twitch Interactive
9	 UberEats – Uber Technologies	new	9	 Amazon – Amazon	9	 TikTok – ByteDance
10	 Vinted – Vinted	-2	10	 TikTok – ByteDance	10	 Happn – Happn SAS

Source : App Annie Intelligence 2020-2021



Les applications mobiles : téléchargements et dépenses utilisateurs. Q2 2021



Téléchargements

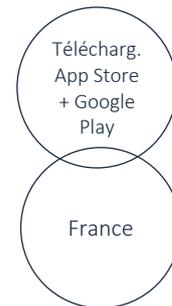
/1^{er} trim.
2021

Rang	Logo	Nom de l'application	Évolution
1		TousAntiCovid – Gouvernement français	+9
2		Shein – Shein Group Ltd	+16
3		WhatsApp – Facebook	-1
4		TikTok – ByteDance	-3
5		Doctolib – Doctolib	+16
6		Instagram – Facebook	+1
7		Zoom – Zoom Video Com.	-2
8		Facebook- Facebook	+4
9		Snapchat– Snap	+8
10		AliExpress- Alibaba	+1

Dépenses par utilisateurs

/1^{er} trim.
2021

Rang	Logo	Nom de l'application	Évolution
1		Disney+ – Disney	+1
2		Deezer – Deezer	-1
3		Tinder – Tinder Inc.	=
4		Netflix – Netflix	=
5		AdopteUnMec – GEB AdoptAGuy	+1
6		Google One – Google	+3
7		Twitch – Twitch Interactive	=
8		YouTube – Google	-3
9		RMC Sport – SFR	+1
10		myCanal – Groupe Canal+	-2



Source : App Annie Intelligence 2021



Top Applications par génération par utilisateurs. 2023



Source : Data ai 2023 . Android. Gen Z =18 -24 ans ; Millennials =25-44 ans ; Gen X et Baby Boomers =45+



Top Applications par génération par utilisateurs. 2022



Source : App Annie Intelligence 2021. Android. Gen Z =16 -24 ans ; Millennials =25-44 ans ; Gen X et Baby Boomers =45+



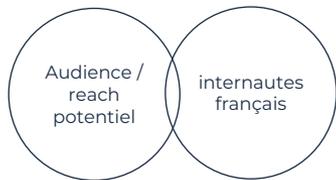
Top Applications par genre par utilisateurs en France. 2021



Source : App Annie Intelligence 2021. Android.



Audience potentielle des réseaux sociaux en France en 2023



digimind



10,6 M



13,7 M



20,95 M



23,75 M



25,4 M



26 M



30,4 M

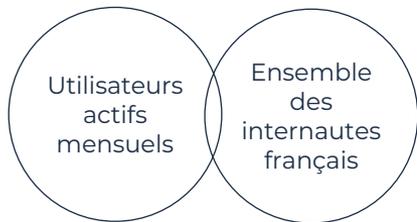


52,1 M

Nombre d'internautes France : 54, 5 millions, 85,9% des français (Médiamétrie–Audience Internet Global –France – décembre 2022)
Ressources de Ciblage Ads des plateformes via We Are Social Digital Report février 2023. Audience potentielle. Peut-être supérieure au nombre d'utilisateurs actifs uniques.



Internautes actifs sur les réseaux sociaux en France en 2022



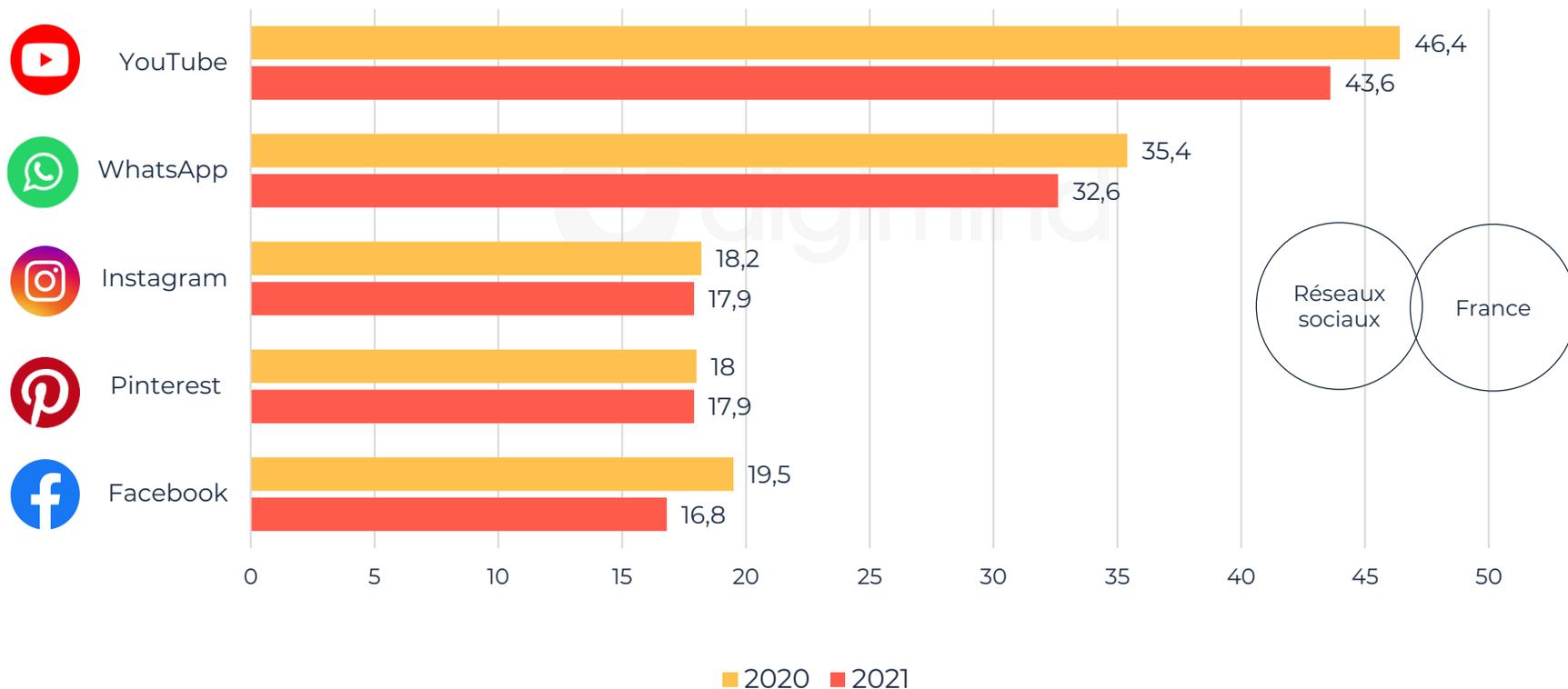
digimind



Nombre d'internautes France : 54 millions, 85% des français (Médiamétrie–Audience Internet Global –France – août 2022)
Ressources de Ciblage Ads des plateformes via We Are Social Digital Report février 2022. Audience potentielle. Peut-être supérieure au nombre d'utilisateurs actifs uniques.



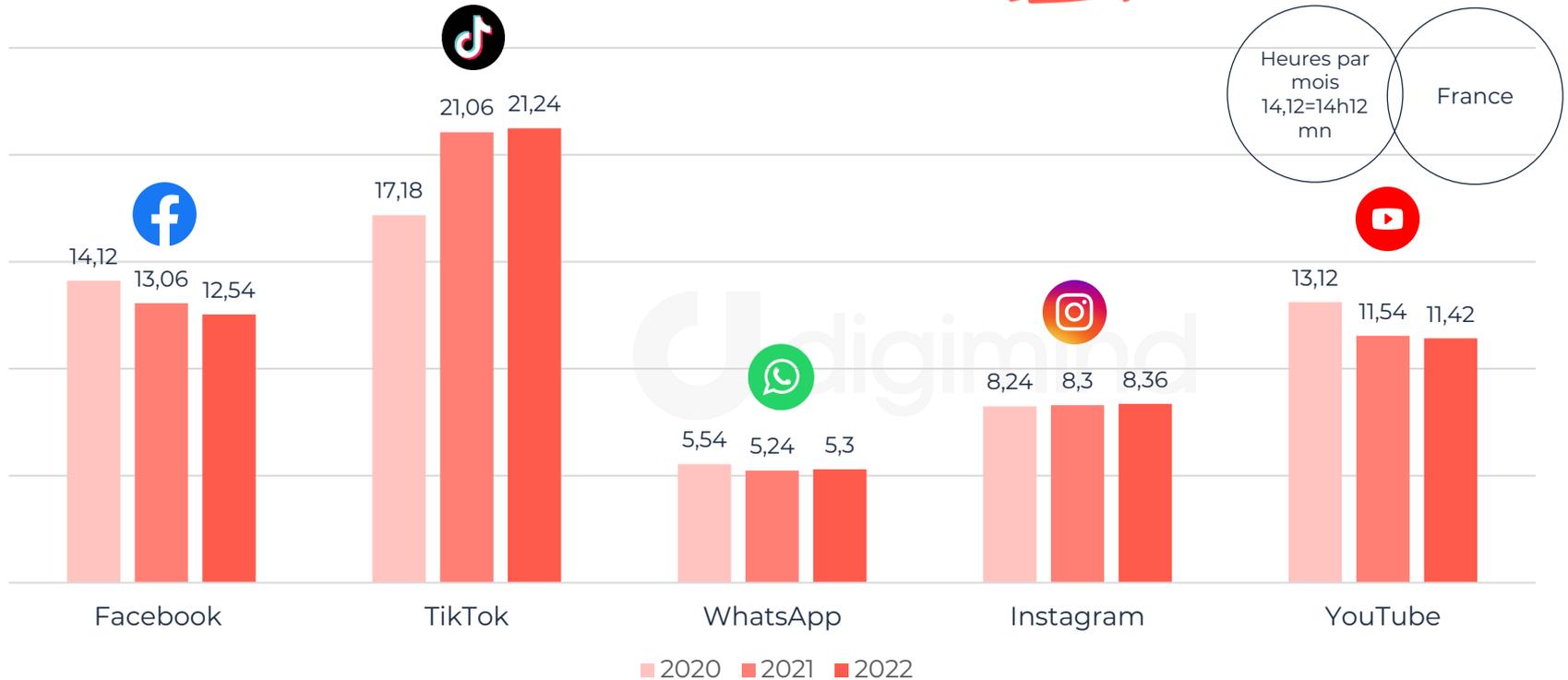
Le Top 5 des réseaux sociaux les plus recommandés en France en 2021 et 2020



Source : YouGov- octobre 2021-1 020 personnes représentatives de la population nationale âgée de 18 ans et plus



Temps passé sur les app. réseaux sociaux et messageries par mois. 2018 – 2022. France

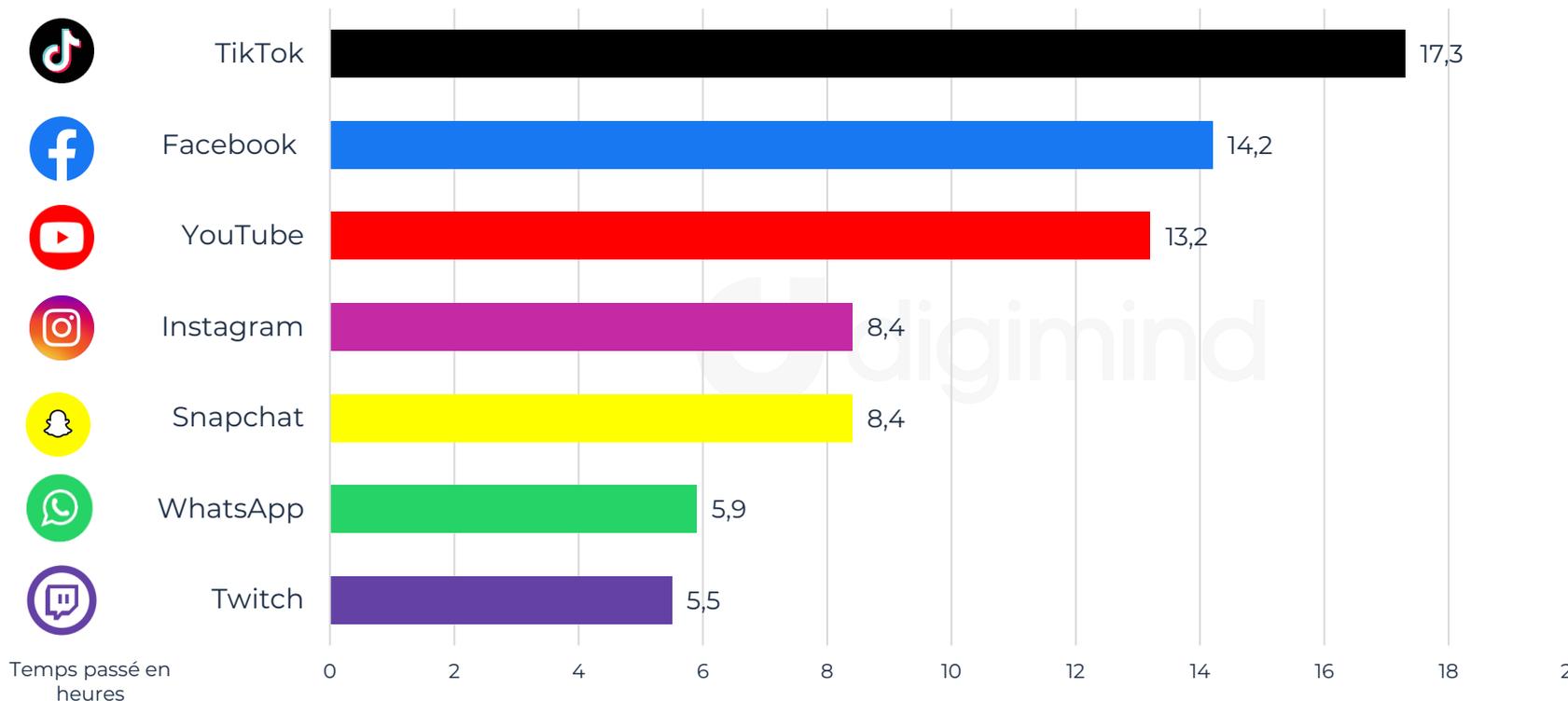


Temps passé
en heures

Source : App Annie Intelligence Data.ai - Android seulement - State of Mobile 2020-2023. via Datareportal for 2023



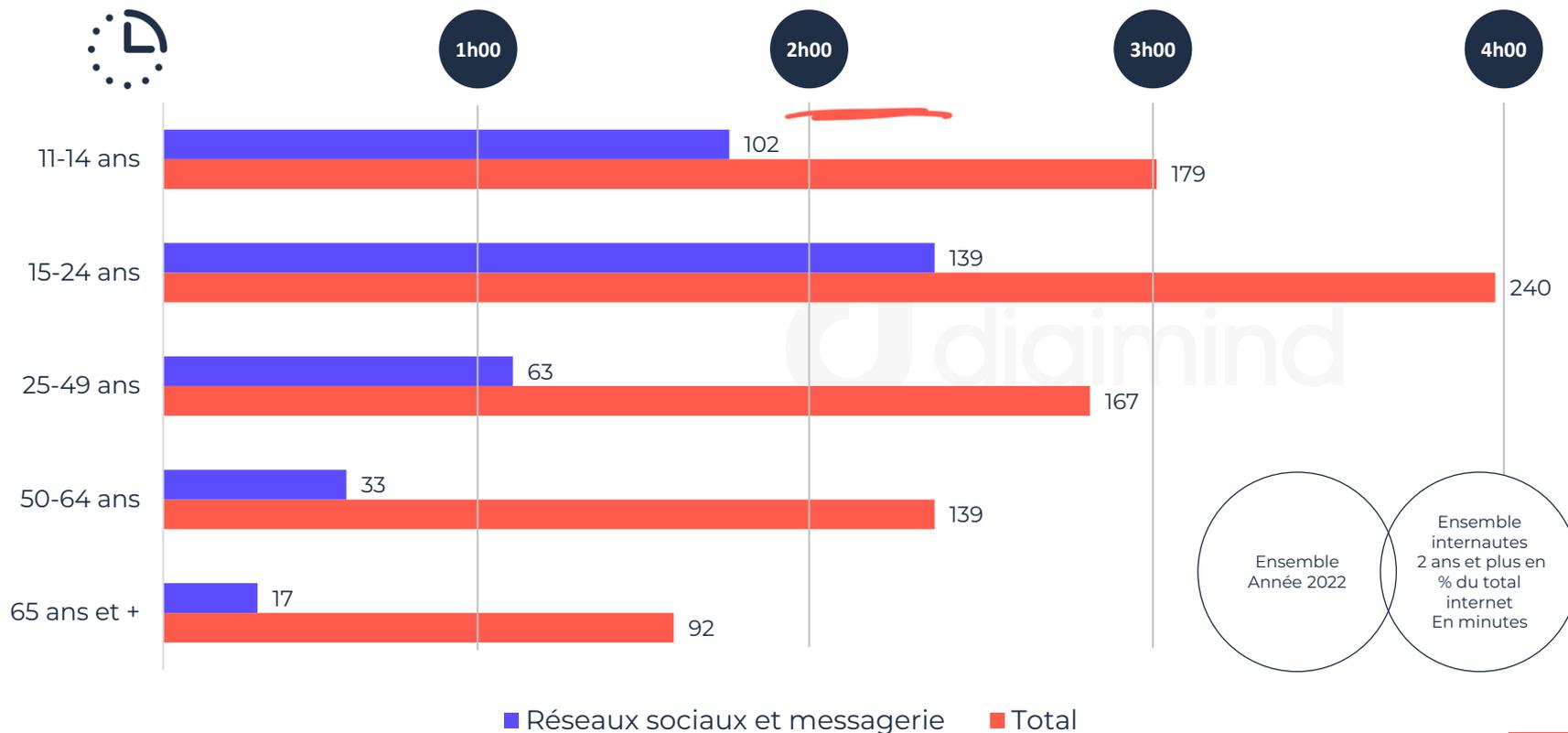
Temps passé sur les réseaux sociaux et messageries en heures par mois. France



Source : App Annie Intelligence - Android seulement - State of Mobile 2021



Répartition du temps passé sur les réseaux sociaux et messageries en minutes par jour par rapport au surf total



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- L'année Internet 2022 - octobre 2022 Audience Internet Global -France - 2 ans et +



Appareils utilisés pour accéder aux internets en France en 2023



Smartphone **87,0%**

+2,8



TV connectée

25,5%

+7,1



Ordinateur
Desktop/Laptop

77,1%

-7,2



Equipement
Smart Home **12,8%**

+5,8



Tablette

35,2%

=



Console de jeux

16,9%

-1,7

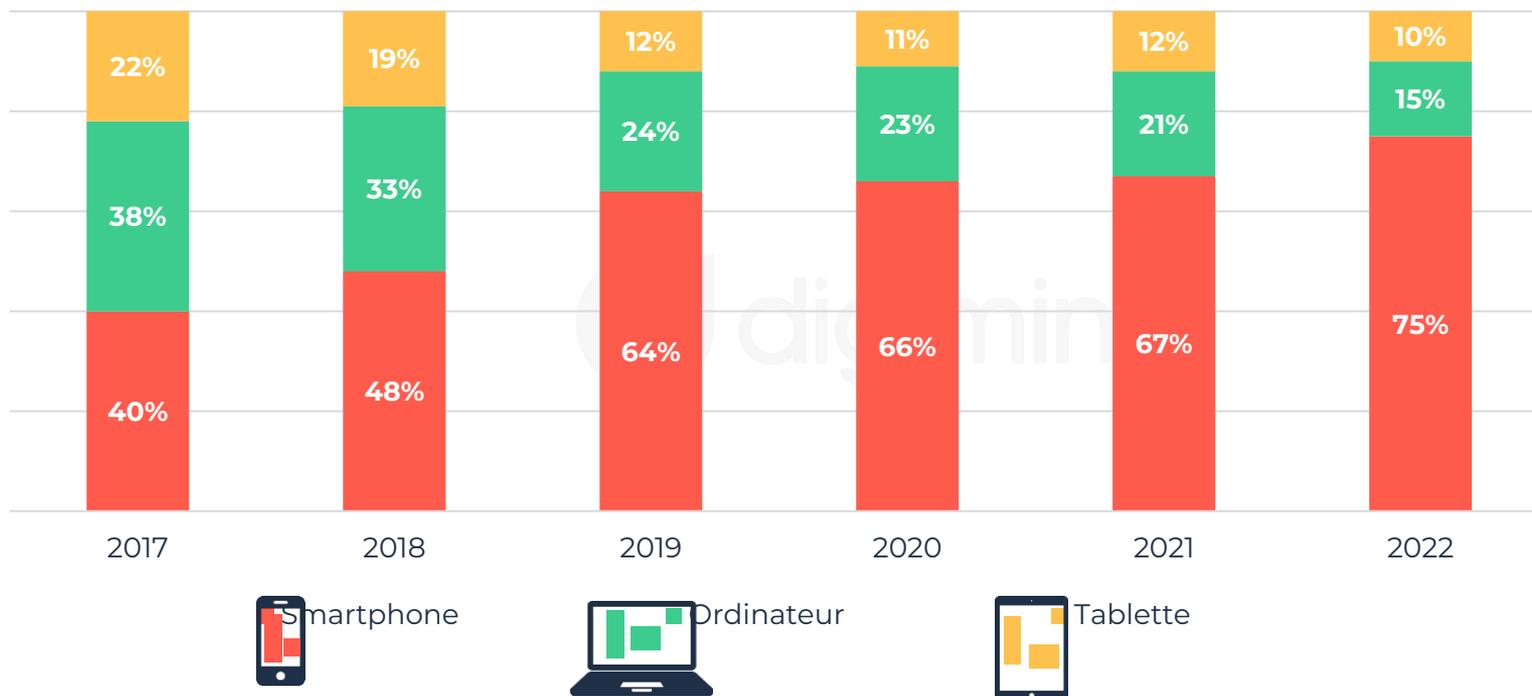
Internautes
16-64 ans

+/-



Source : GWI Q3 2022. Via DataReportal 23 . Variations par rapport à l'année précédente.

Part de temps passé sur chaque écran pour la navigation internet. France. Ensemble année 2022



Internautes Français de 2 ans et plus

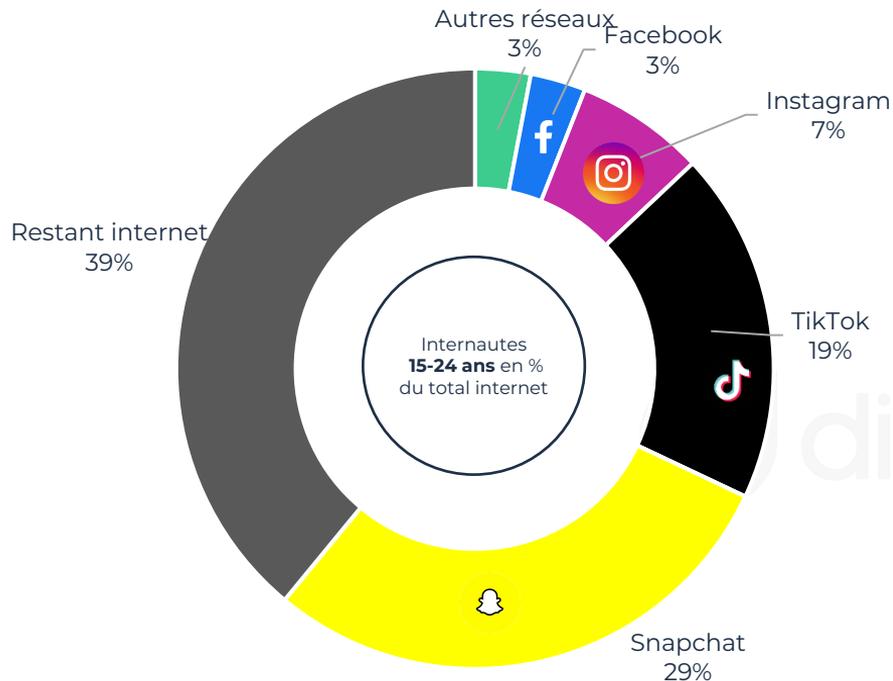
Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- L'année Internet 2022 - octobre 2022 Audience Internet Global -France - 2 ans et +



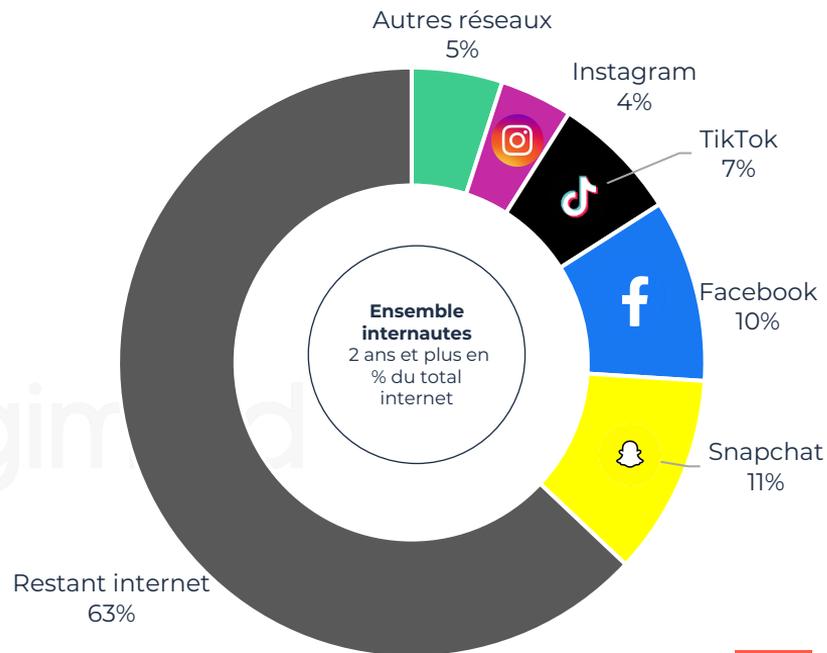
Répartition du temps passé sur les réseaux sociaux et messageries en minutes par jour. Bilan 2022



+12mn / 2021



+7mn / 2021



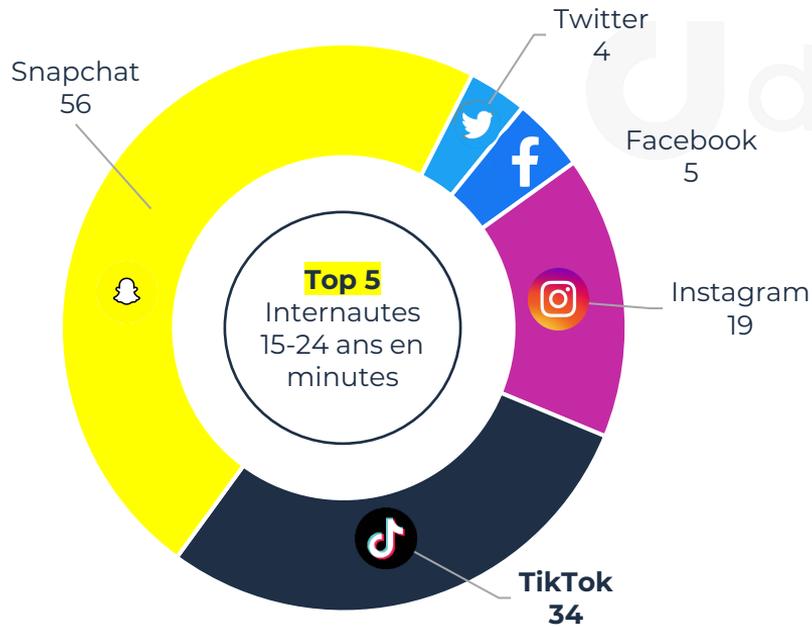
Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- L'année Internet 2022 - octobre 2022 Audience Internet Global France - 2 ans et +



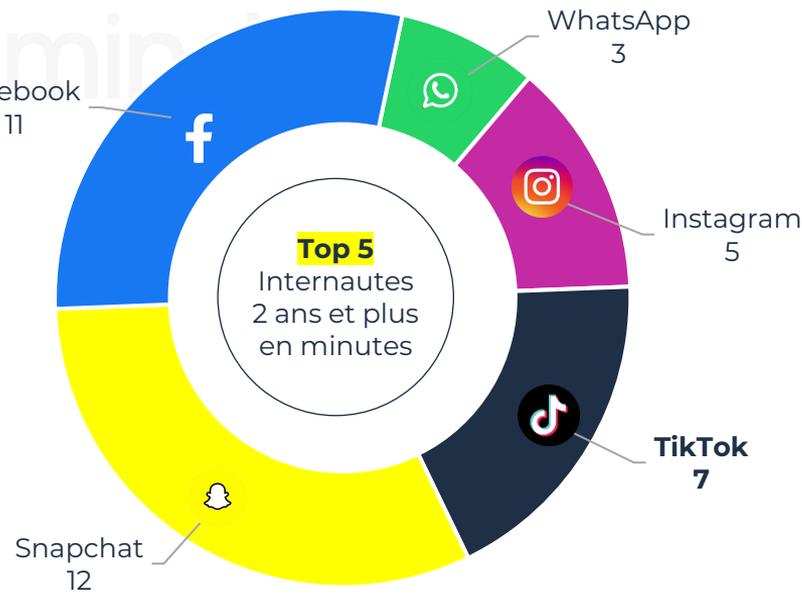
Répartition du temps passé sur les réseaux sociaux et messageries en minutes par jour. Top 5



-4% / 2020



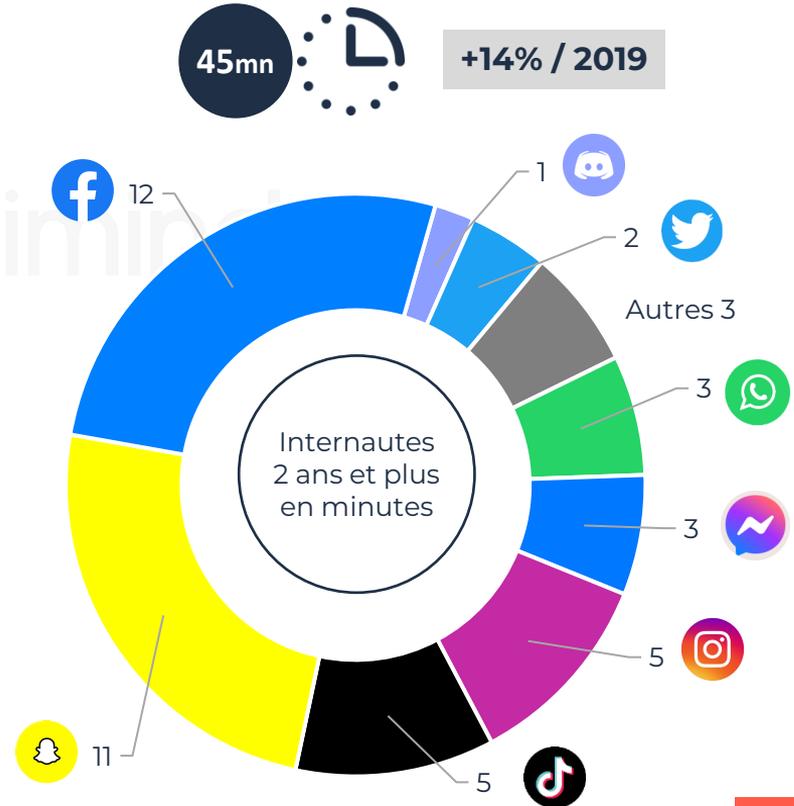
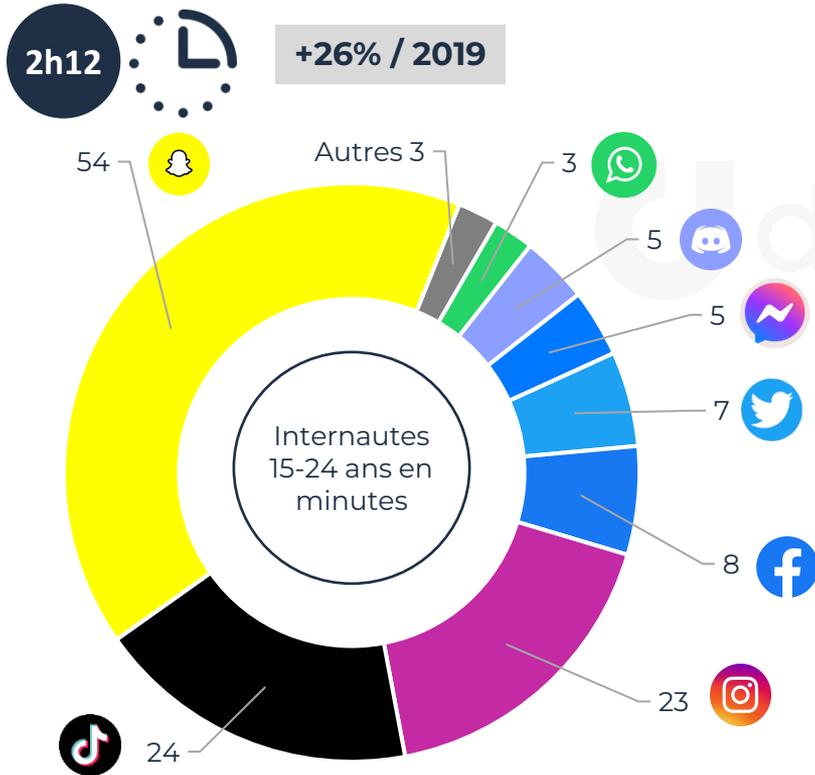
= / 2020



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- L'année Internet 2021 – février 2022 – octobre 2019-2020-2021-Pinteret novembre 2021 - Audience Internet Global – France – 2 ans et plus –



Répartition du temps passé sur les réseaux sociaux et messageries en minutes par jour

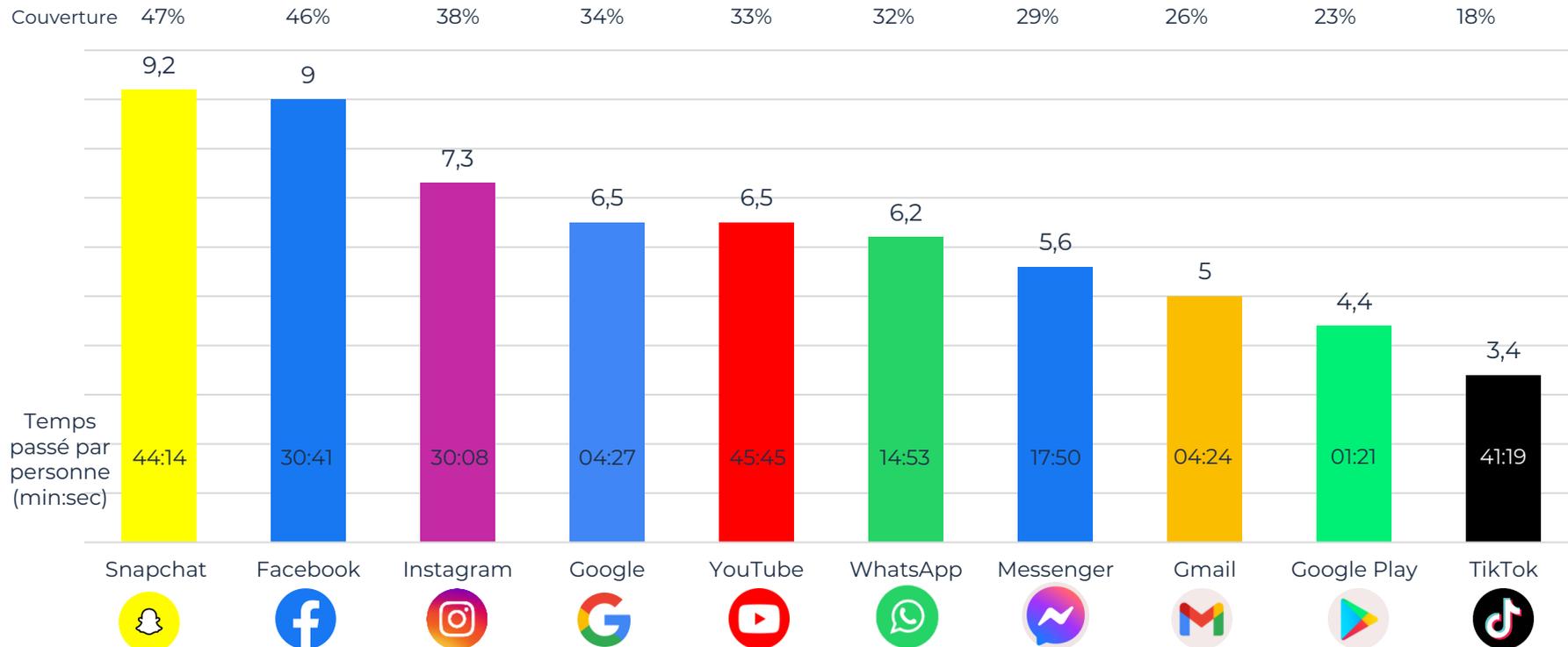


Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- L'année Internet – octobre 2019 - octobre 2020 - Audience Internet Global – France – 2 ans et plus –



Top 10 des applications mobiles – Foyers avec enfant *

Utilisateurs quotidiens en millions. France entière

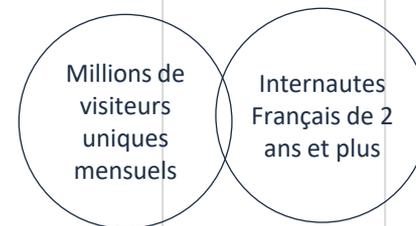
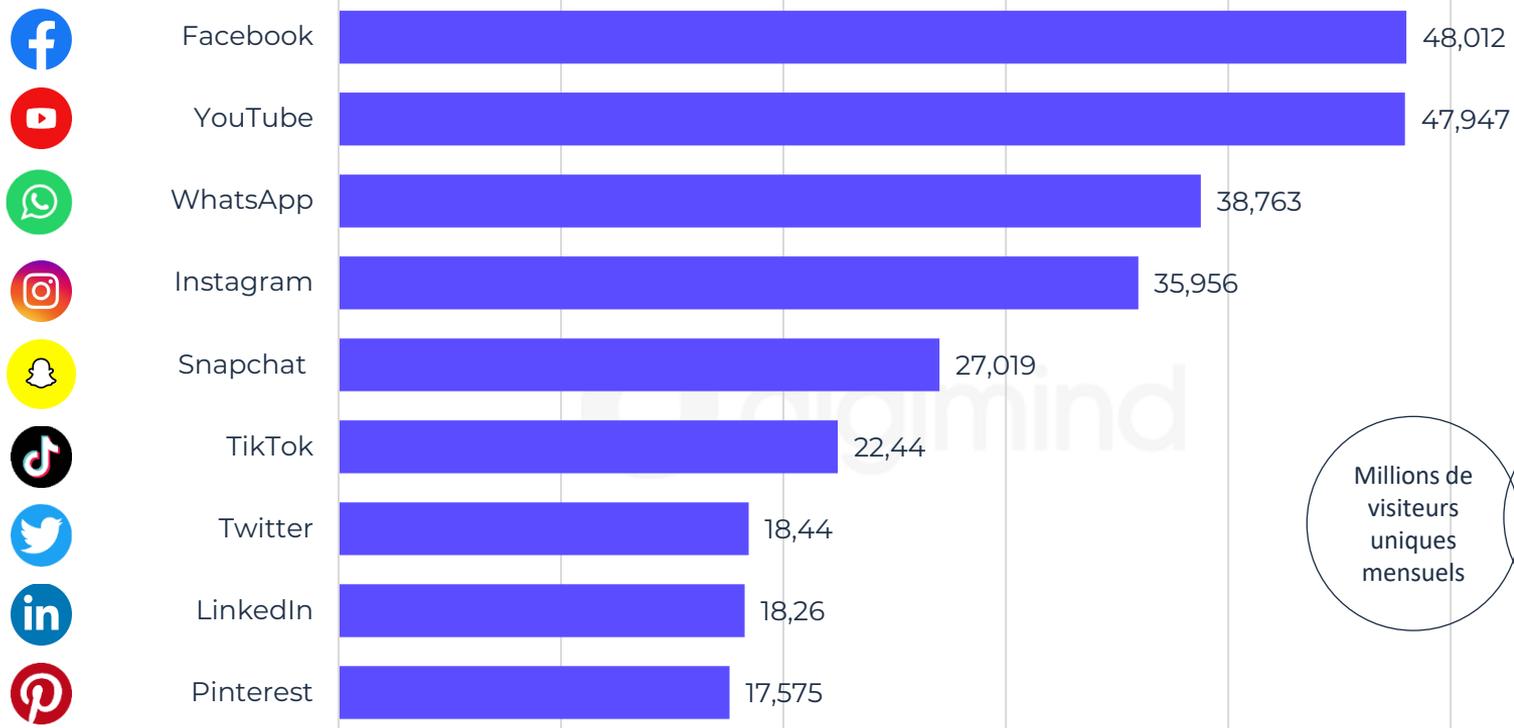


Source : Snap Inc. via E.Durand : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings – Audience Internet Global – France – octobre 2020.

* de 0 à 17 ans



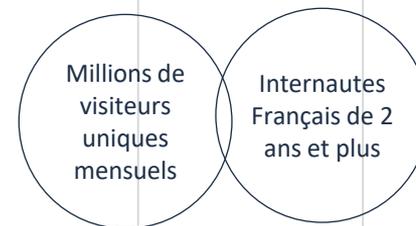
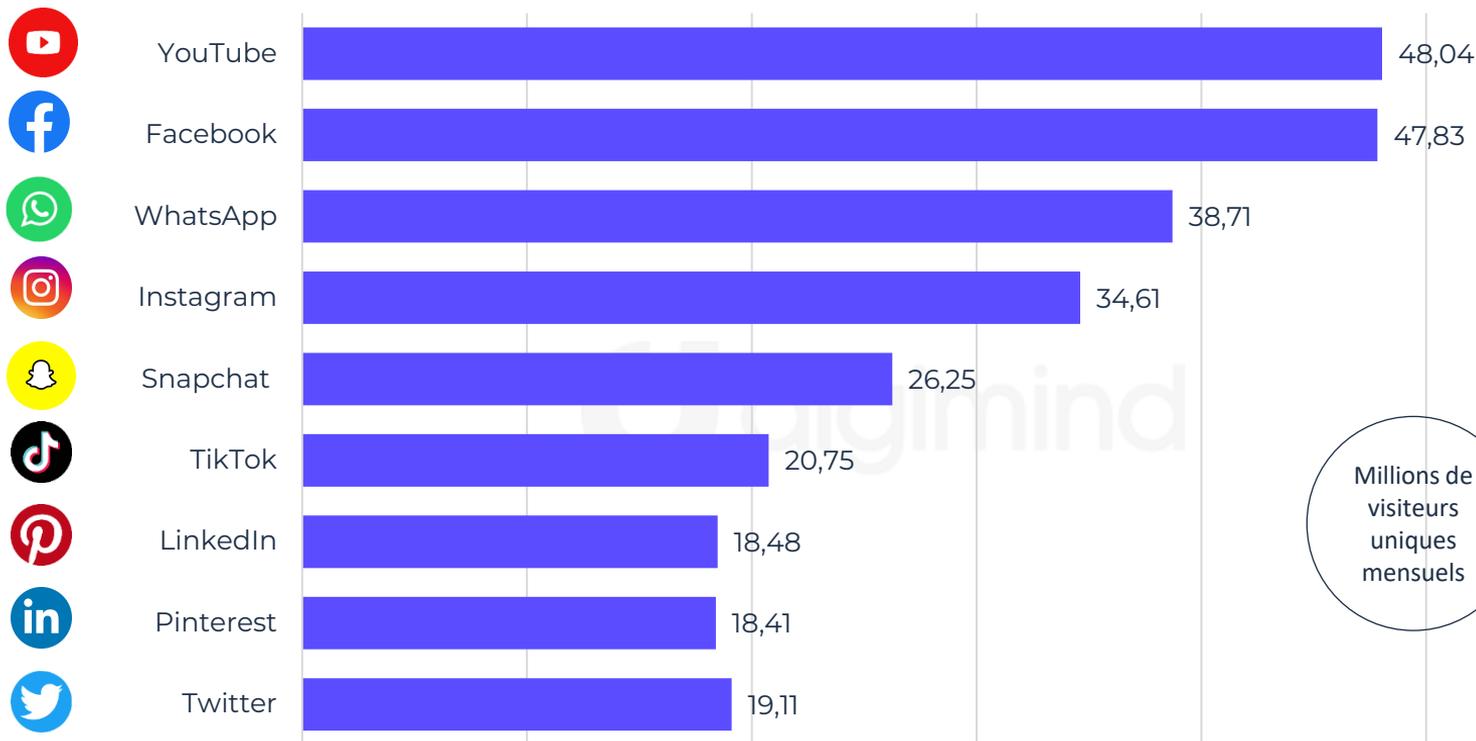
Réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque mois en France (millions VU). 2023



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global Février 2023- Top marques France – 2 ans et plus –



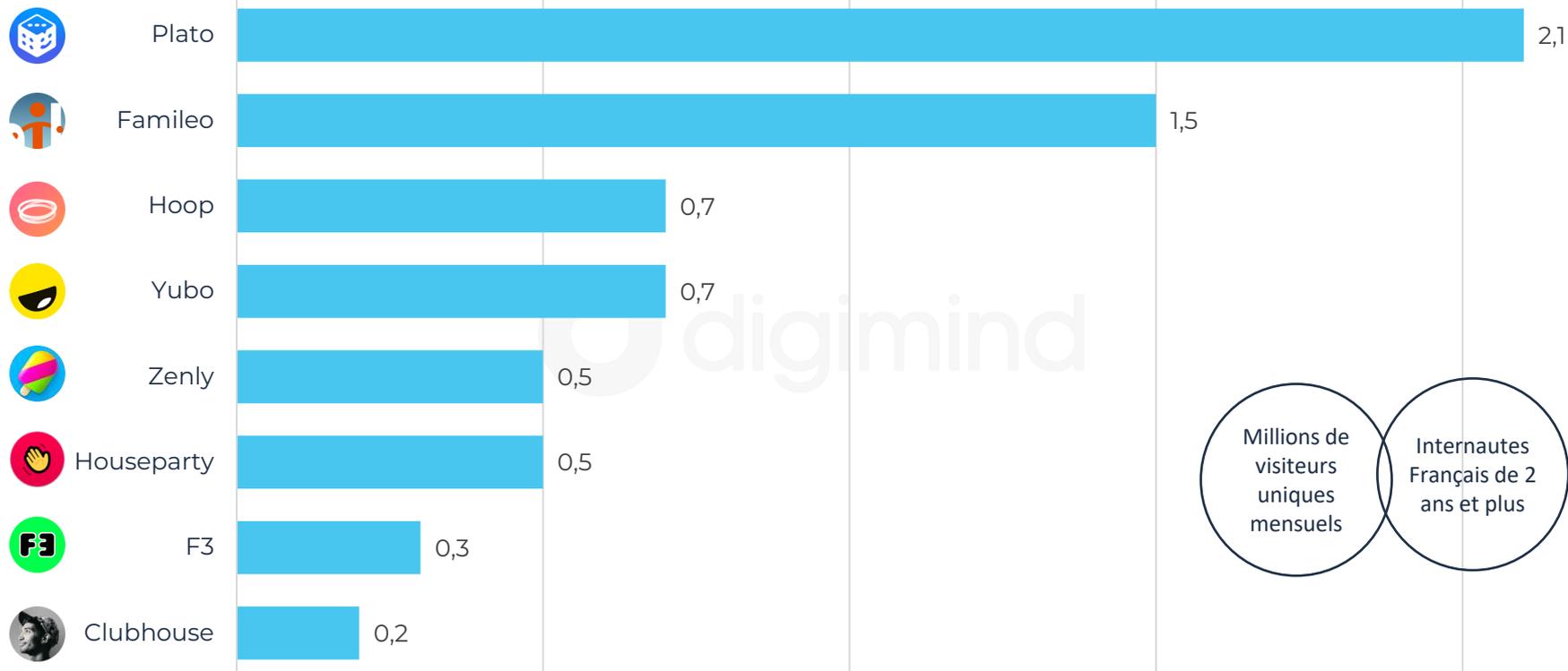
Réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque mois en France (millions VU). 2022



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings - Audience Internet Global Novembre 2022 – Top marques France – 2 ans et plus



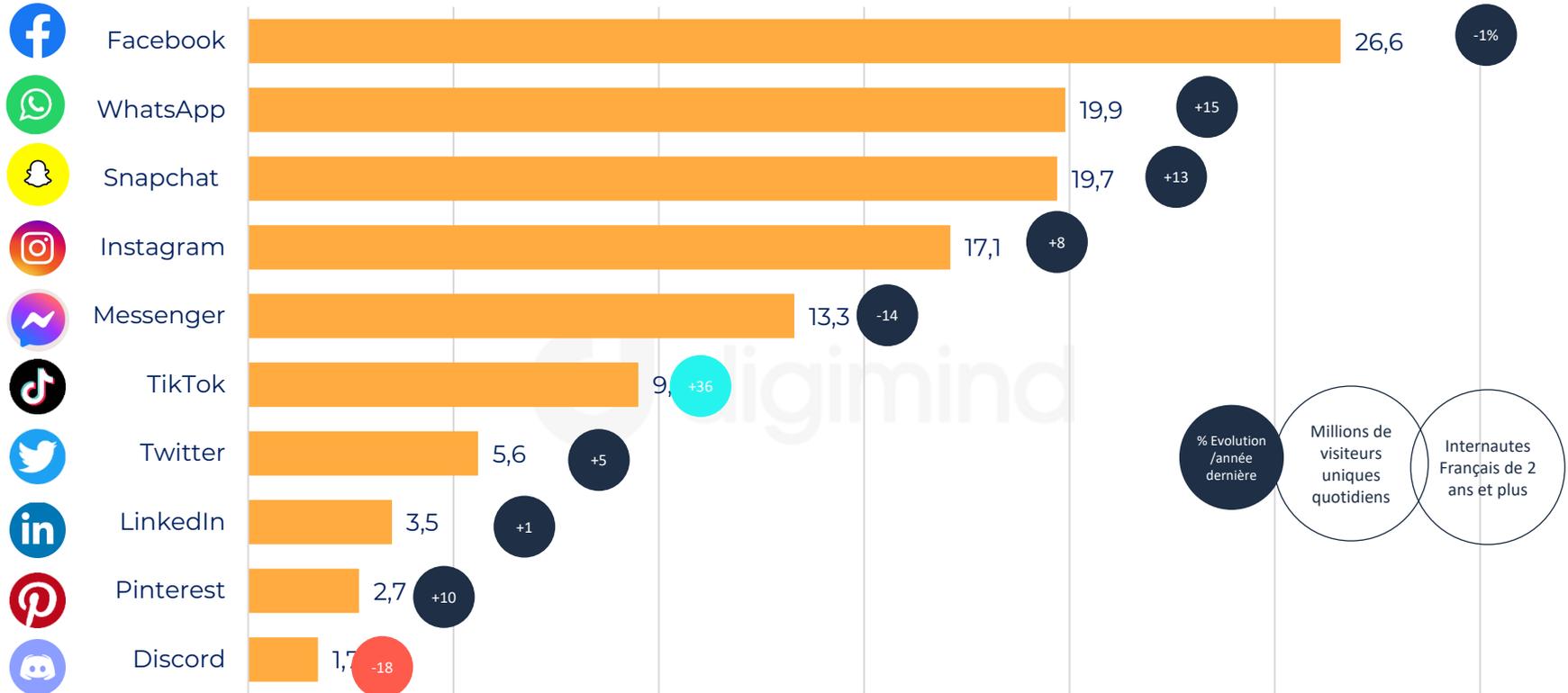
Réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque mois en France (VU). Challengers. 2021



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings – Avril 2021 . Audience Internet Global – France – avril 2021. Evolution / octobre 2020 – Zoom / mars 2020– base 2 ans et plus – Agrégat ad hoc. Sous cat. Blogs/sites communautaires, messageries instantanées, Zoom (B)



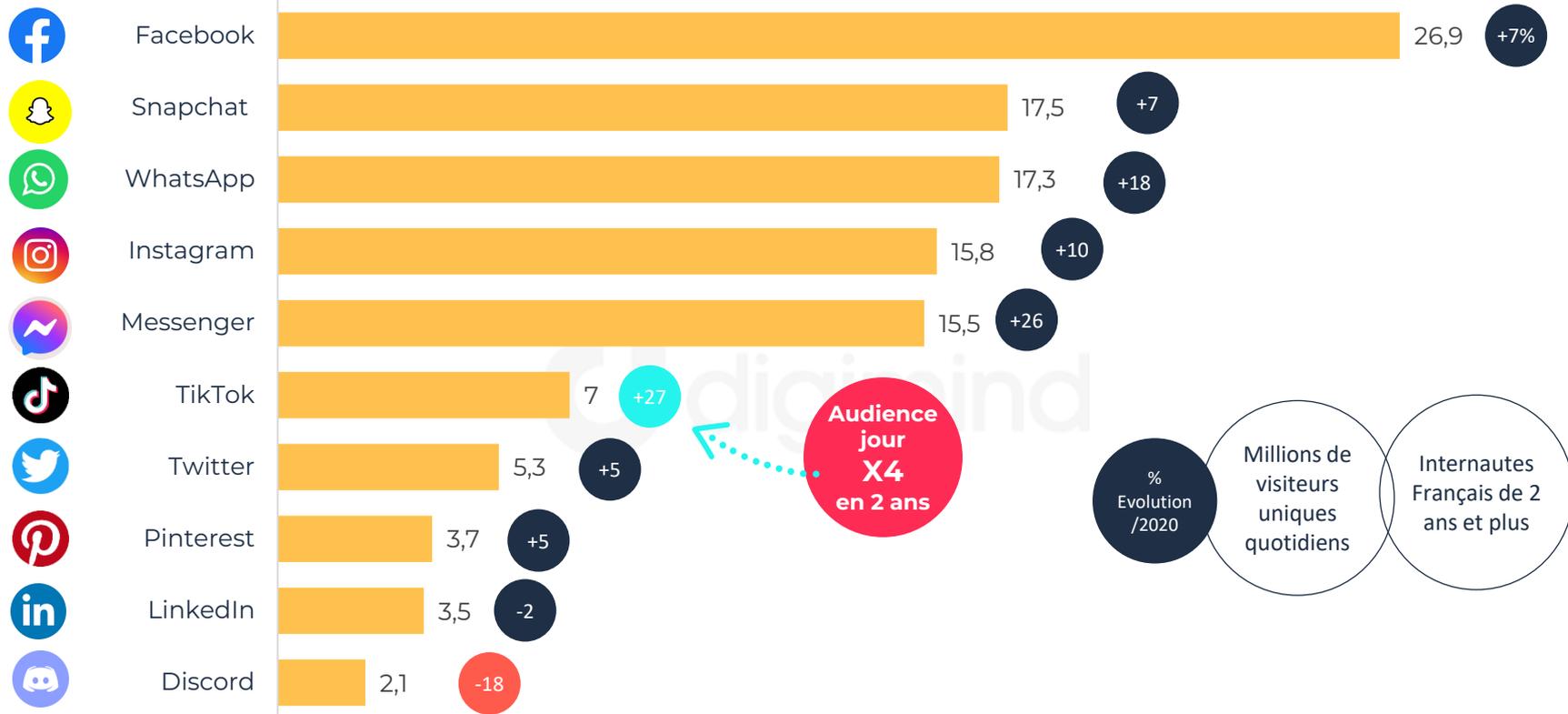
Réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque jour en France. Année 2022



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- L'année Internet 2022 – octobre 2021 et octobre 2022 Audience Internet Global – France – 2 ans et plus –



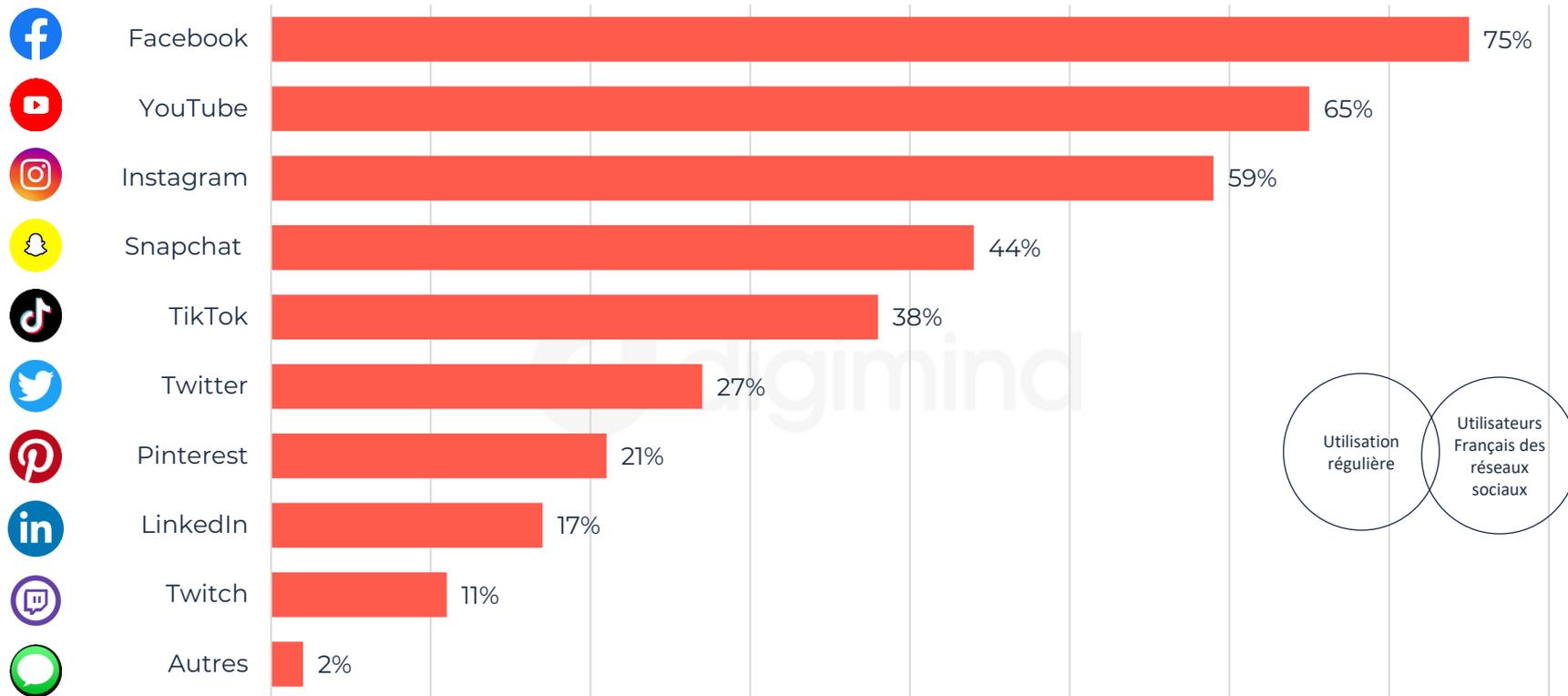
Réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque jour en France. Année 2021



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- L'année Internet 2021 – octobre 2019-2020-2021-Pinterest novembre 2021 - Audience Internet Global – France – 2 ans et plus –



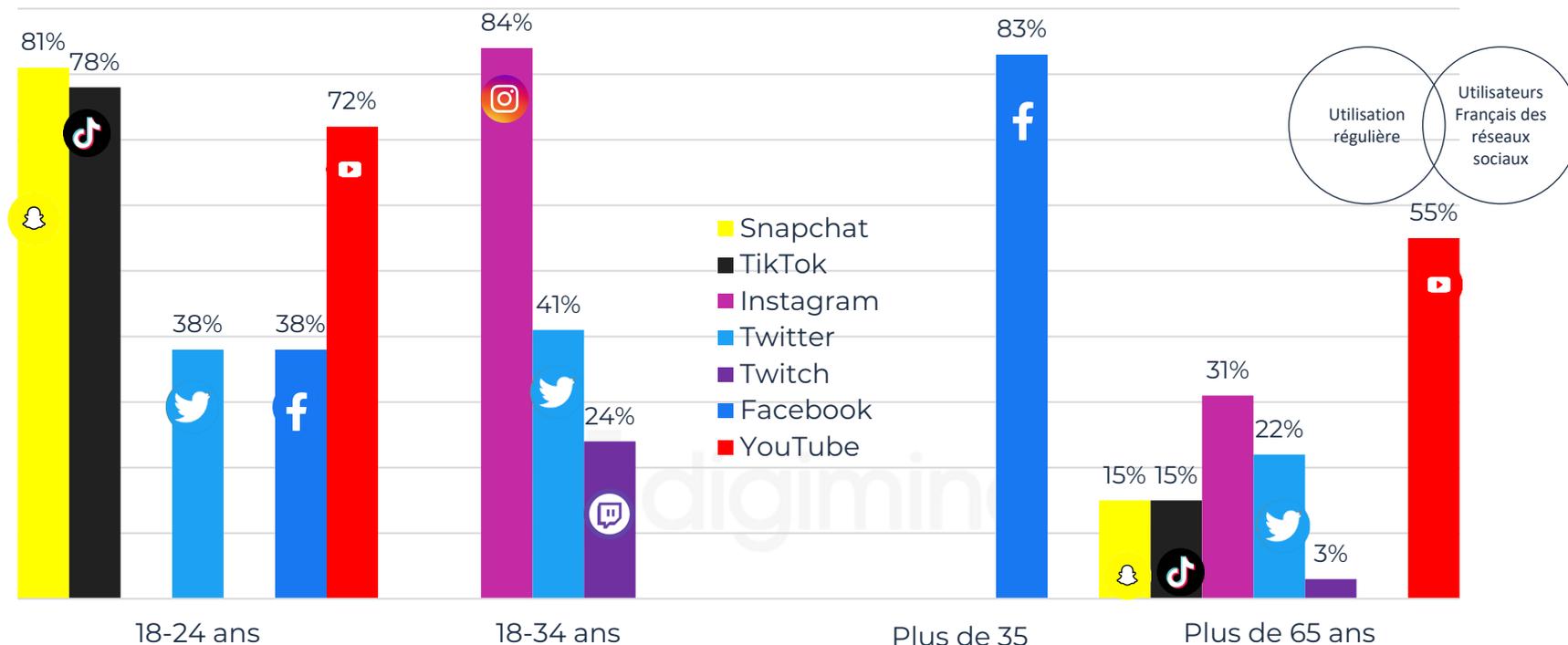
Réseaux sociaux favoris des Français. 2023



Source : Etude Reech 2023. Réalisée auprès de 1011 utilisateurs des réseaux sociaux et représentatifs des consommateurs français en 12/2022. Institut Norstat



Réseaux sociaux favoris des Français. Les usages par tranches d'âge. 2023



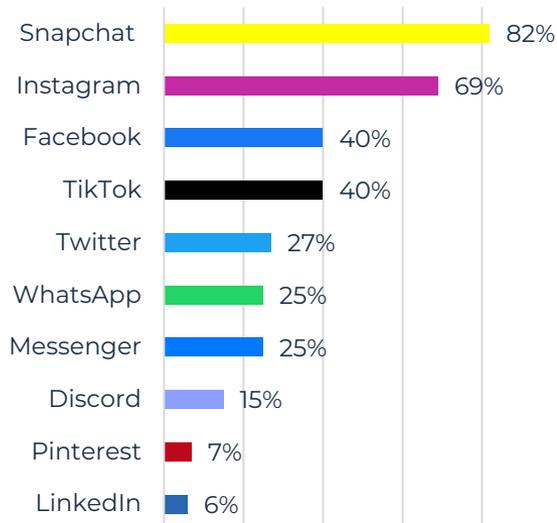
Source : Etude Reech 2023. Réalisée auprès de 1011 utilisateurs des réseaux sociaux et représentatifs des consommateurs français en 12/2022. Institut Norstat



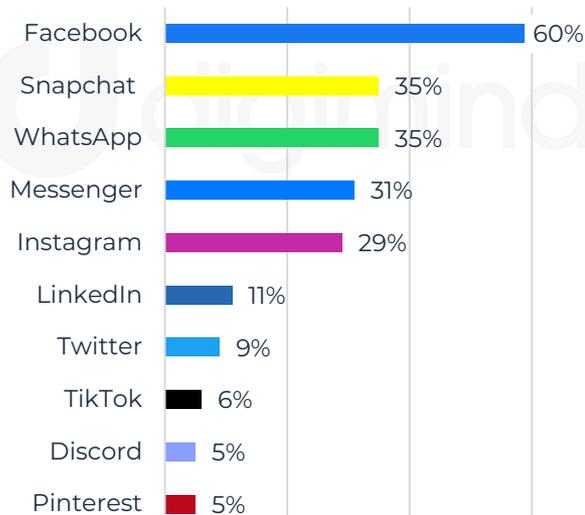
Top 10 des réseaux et messageries par tranches d'âge. Présence chaque jour. 2021



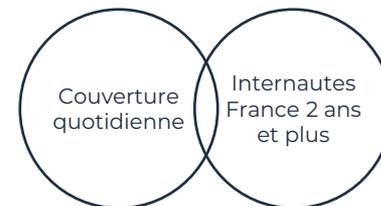
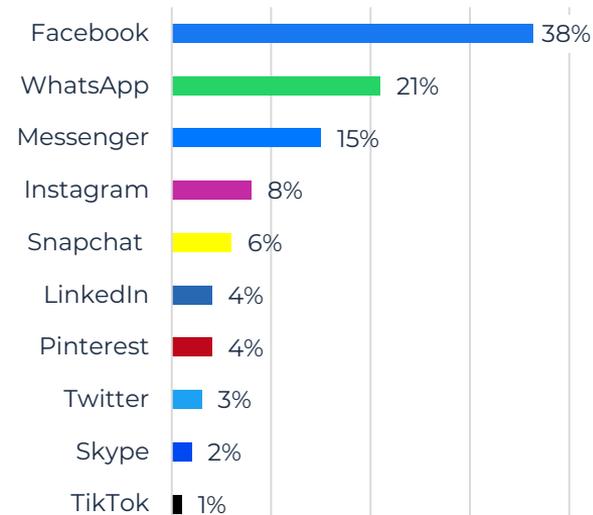
15-24 ans



25-49 ans



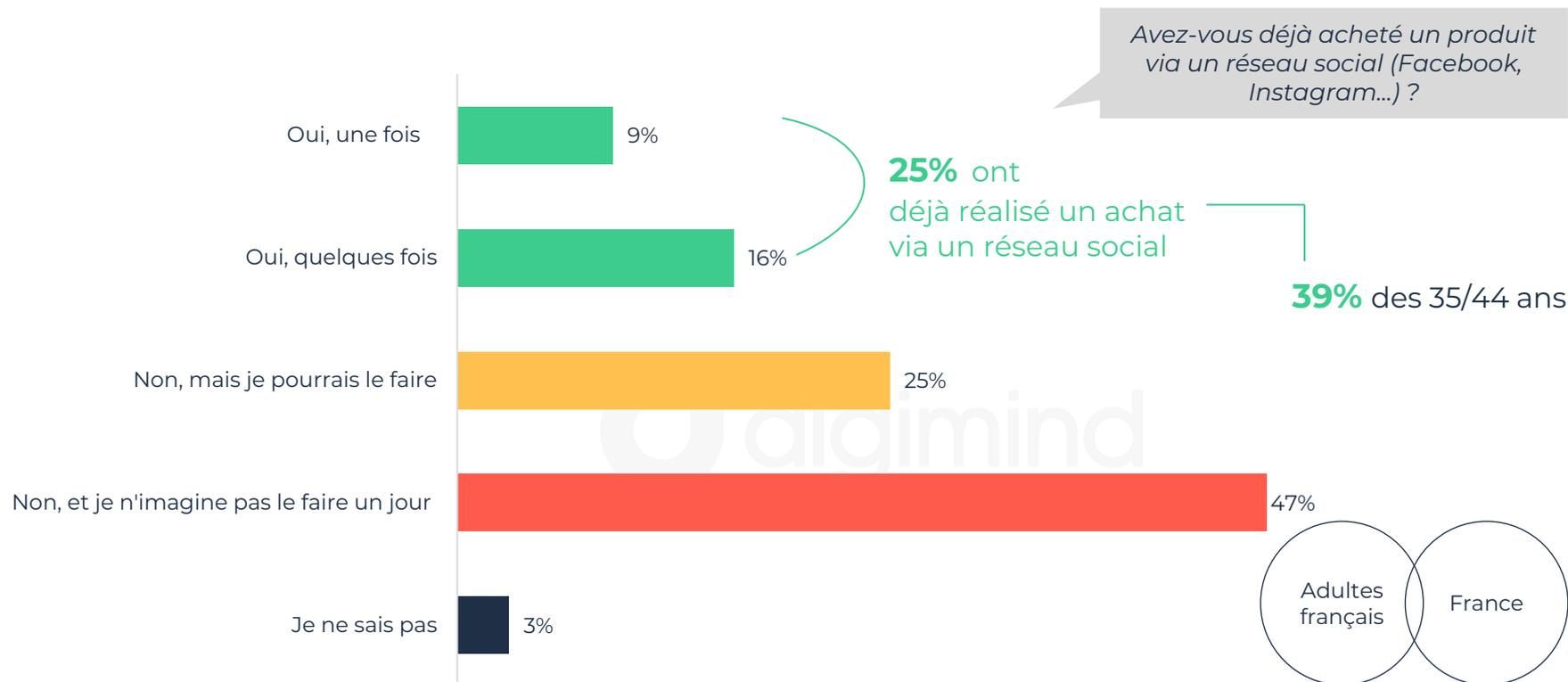
50 ans et plus



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings – Audience Internet Global – France – octobre 2020 – base 2 ans et plus – Couverture quotidienne – catégorie réseaux sociaux + Messageries



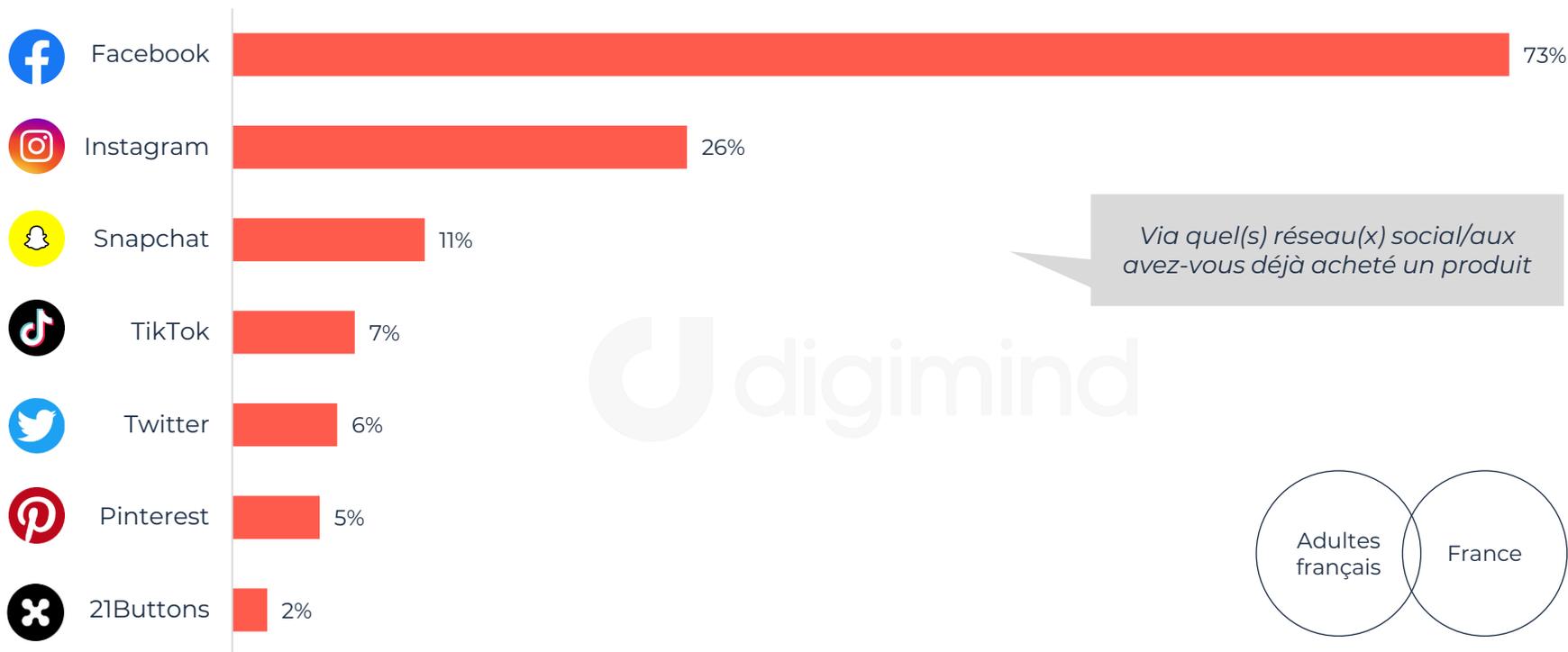
Le Social Shopping en France en 2022 : 1 Français sur 4



Source : YouGov - Le Social Shopping en France



Le Social Shopping en France en 2022 : Les réseaux sociaux



digimind

Source : YouGov - Le Social Shopping en France - 2022 - plusieurs réponses possibles



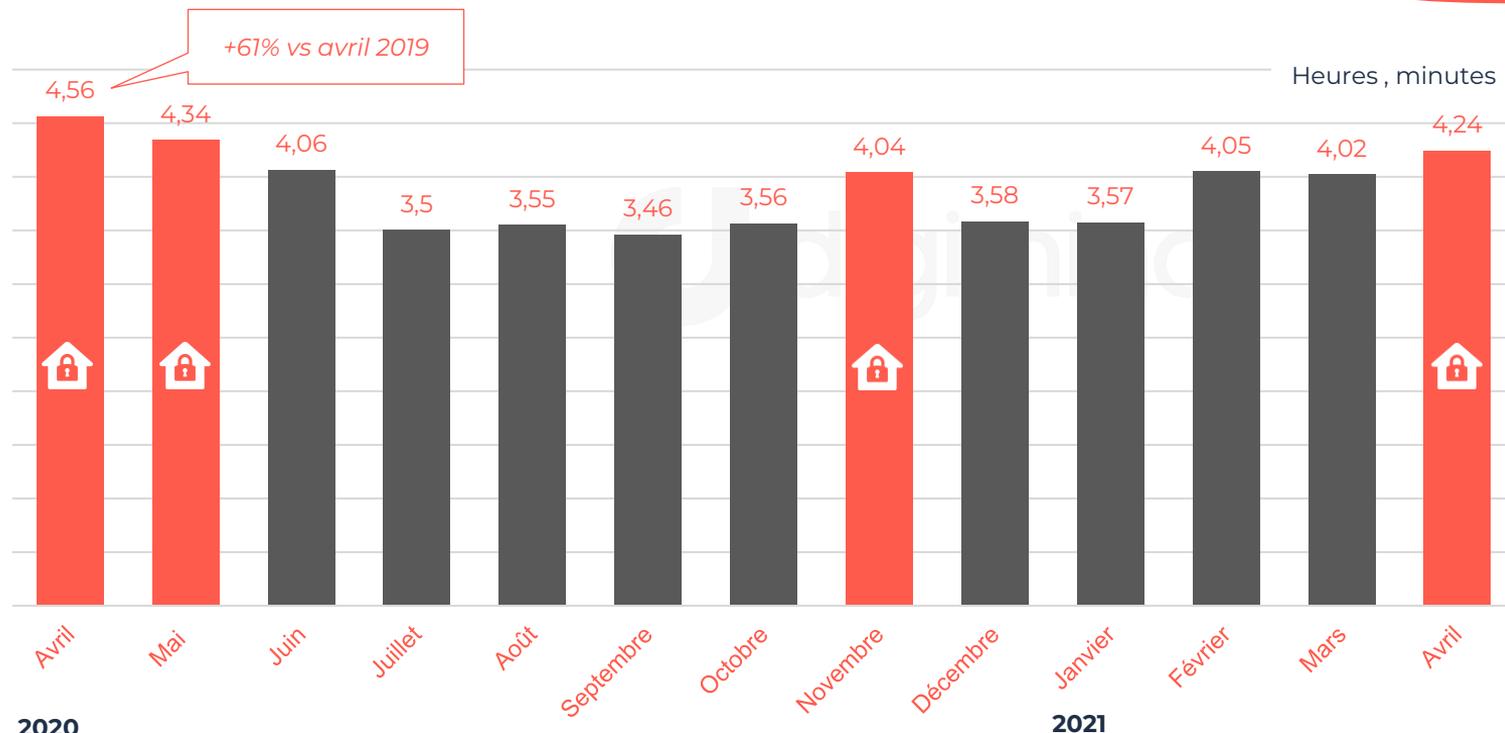


Focus Confinements 2020 2021

Un bouleversement
des usages



Temps de surf par jour par personne pour les 11-24 ans en France. Confinements



2020

2021

Confinements



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings – Avril 2021 . Audience Internet Global – France – mars 2020 à mars 2021 – base 2 ans et plus – Couverture quotidienne



40% des internautes français déclarent avoir **créé un compte** pour un réseau social ou une application de messagerie instantanée pendant le **confinement**.

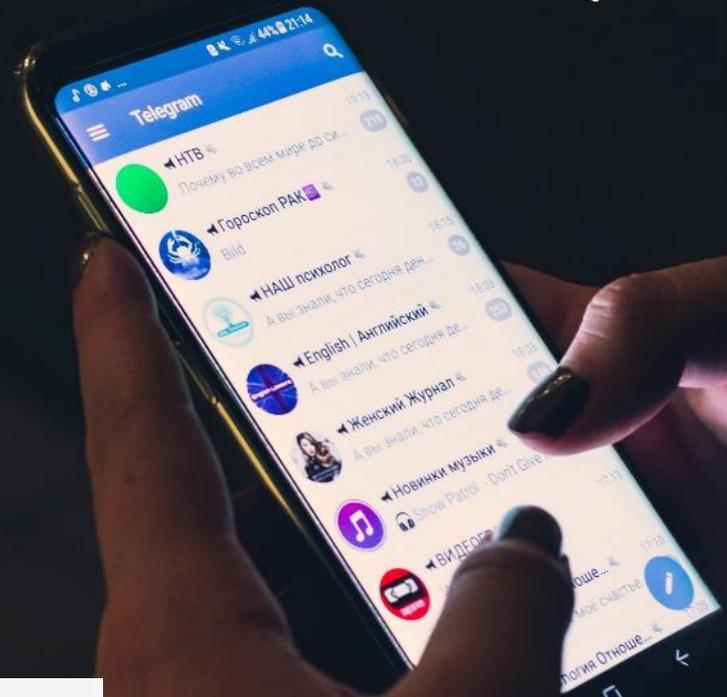
Source : Étude Harris Interactive internautes français âgés de 15 ans et plus. Social Life 2020 avec l'EBC



55% des Français auraient eu du mal à vivre le confinement **sans** les réseaux sociaux...

22 % ne pouvaient même **pas l'envisager**

Source : Étude Institut CSA pour LinkedIn France
mars 2020



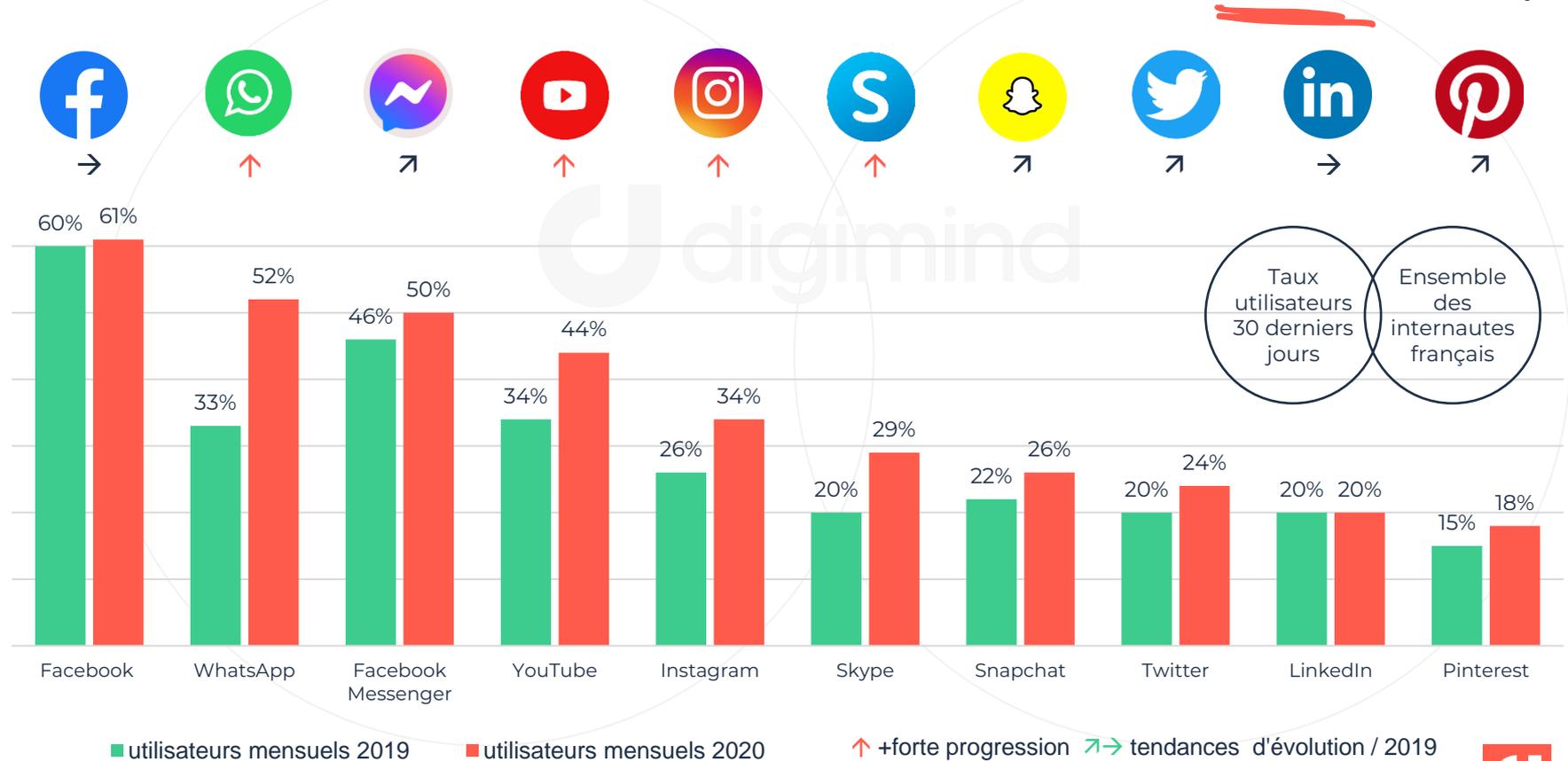
Confinement :

+27% d'utilisation
pour **TikTok** chez les 15-24
ans français par rapport à
2019

Source : Étude Harris Interactive
internauts français âgés de 15 à 24
ans. Social Life 2020 avec l'EBC



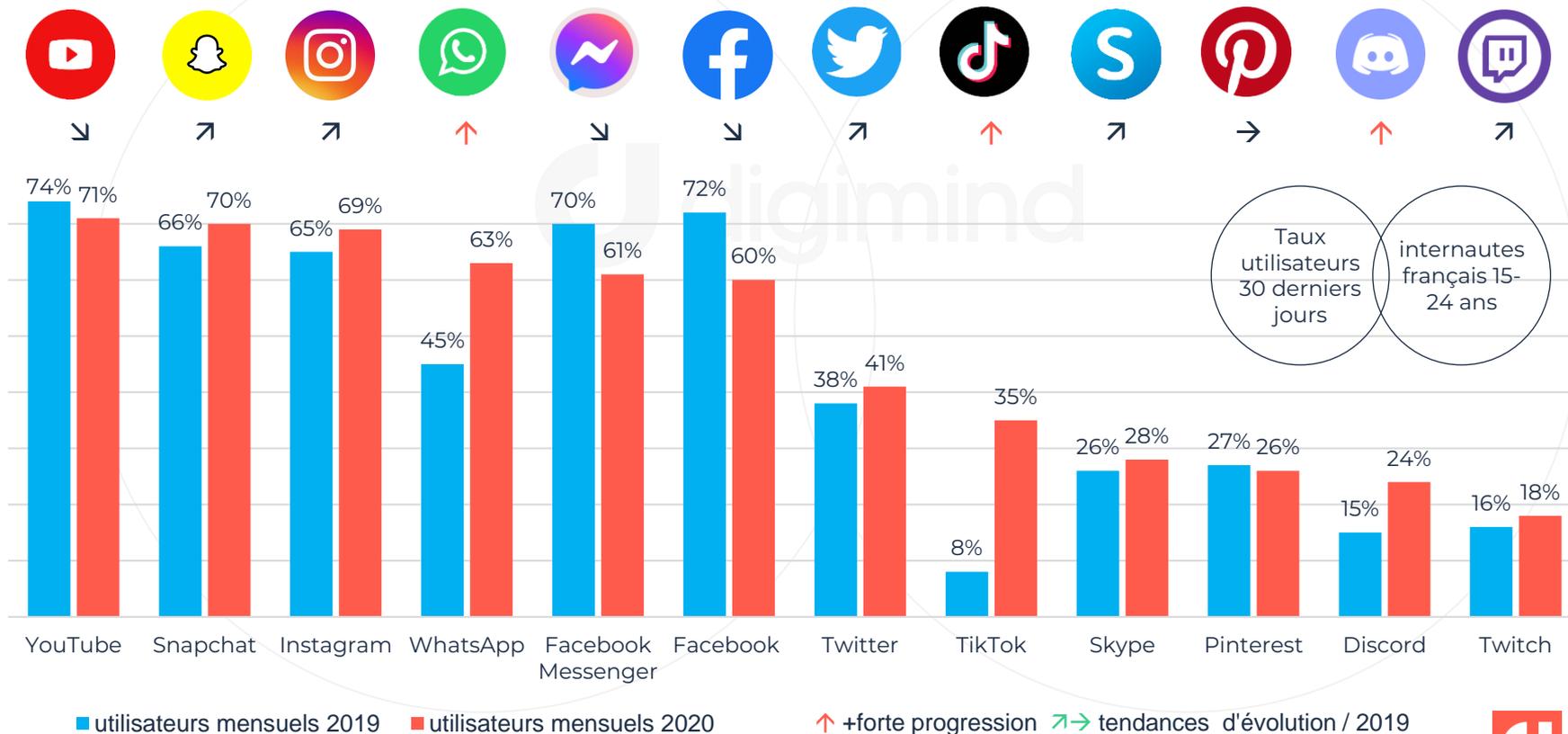
Taux d'utilisation des médias sociaux par les internautes en France. Confinement



Source : Étude Harris Interactive internautes français âgés de 15 ans et plus. Social Life 2019 vs Social Life 2020 avec l'EBC.



Taux d'utilisation des médias sociaux par les 15-24 ans en France. Confinement



Taux utilisateurs 30 derniers jours
internauts français 15-24 ans

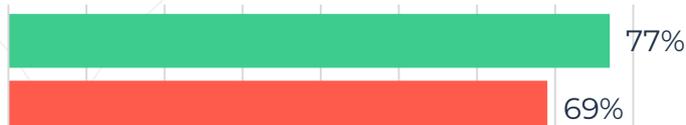
Source : Étude Harris Interactive internautes français âgés de 15 à 24 ans Social Life 2019 et Social Life 2020 avec l'EBC.



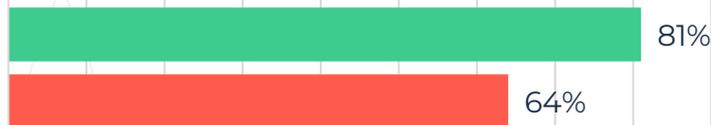
Le rôle social des réseaux sociaux : 15-24 ans vs Ensemble des Français. Confinement



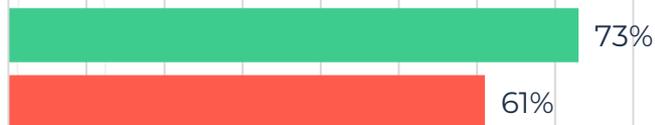
Les réseaux sociaux ont été utiles pour découvrir de nouvelles activités de loisirs (tutos de cuisine, de bricolage, de fabrication de masques...)



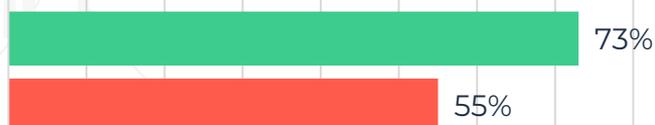
Sans les réseaux sociaux ou les applications de messagerie, je serai probablement beaucoup moins resté en contact avec certains de mes proches



Les réseaux sociaux ont été utiles pour trouver de l'aide durant cette période (entre-aide entre habitants d'un même quartier..)



Il était important que les marques continuent à nous parler sur les réseaux sociaux pendant le confinement



■ 15-24 ans ■ Ensemble français



Source : Étude Harris Interactive internautes français âgés de 15 ans et plus. Social Life 2020 avec l'EBC.



Le réseau social ultime pendant le confinement pour les 18-30 ans



Imagine que tu ne puisses plus te connecter qu'à un seul réseau social, jusqu'à la fin du confinement, tu choisirais...

34%



25%



14%



France

18-30 ans

Source : #MoiJeuneConfiné 20 Minutes - OpinionWay nov. . 2020. vague 117





Focus Gen Y, Gen Z

Enfants, Adolescents, Jeunes
adultes
et réseaux sociaux



Généralions



Gen X

nés entre 65 et 80



Gen Y

nés entre les années 80 et fin
90s (Millennials)



Gen Z

nés depuis la fin des années 90



Gen α

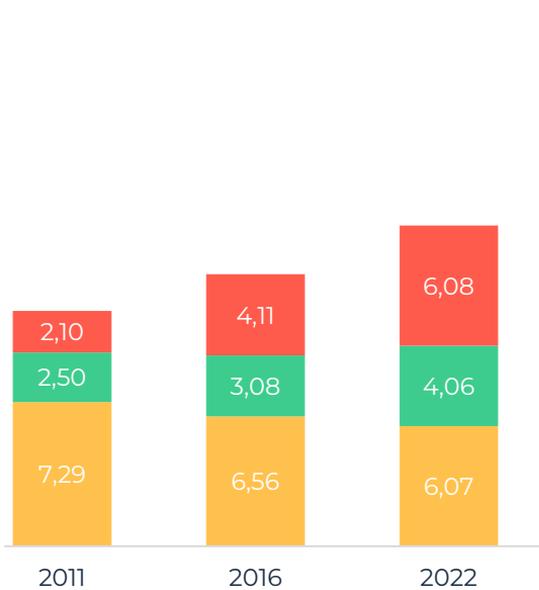
nés après 2010



Le temps passé sur les écrans par les 1-19 ans par semaine. Evolution 2011-2022



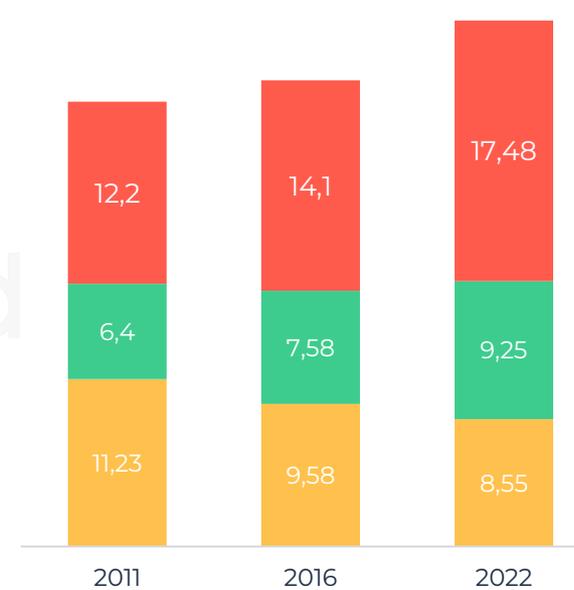
1-6 ans en heures, minutes



7-12 ans en heures, minutes



13-19 ans en heures, minutes



■ TV ■ Jeux Vidéo ■ Web

Source : Ipsos Junior Connect 2022 pour Bayard et Unique Heritage Media.



Enfants



Les 2-10 ans : smartphone et internet



27% des parents déclarent que leurs enfants de 7-10 ans utilisent un smartphone

Mais **52%** des enfants de 7 à 10 ans déclarent en utiliser un

Selon leurs parents :



43% des 0-2 ans utilisent Internet !

57% des 3-6 ans

85% des 7-10 ans



Source : Etude Parents Enfants & Numerique – Ipsos pour Open et Unaf. 2012 parents d'enfants de 0 à 17 ans – 600 enfants de 7 à 17 ans – collecte juillet 2021



Les 7-14 ans sur les médias sociaux



9% des 7-10 ans se rendent sur les réseaux sociaux selon les **parents**

Parents

Selon leurs **parents**

Les 7 -10 ans utilisent en moyenne **1,9** réseaux sociaux

Les 11-14 ans **3,2** réseaux sociaux

Mais les **enfants** déclarent être **28 %** à le faire !

Enfants

Les 7 -10 ans déclarent utiliser en moyenne **2,5** réseaux sociaux

Les 11-14 ans **3,6** réseaux sociaux

Source : Etude Parents Enfants & Numerique – Ipsos pour Open et Unaf. 2012 parents d'enfants de 0 à 17 ans – 600 enfants de 7 à 17 ans – collecte juillet 2021





Le trio de tête des réseaux sociaux



YouTube et YouTube Kids

selon les parents



50% d'utilisation

selon les enfants



48%



Snapchat

37%

44%



TikTok

34%

38%

Source : Etude Parents Enfants & Numerique – Ipsos pour Open et Unaf. 2012 parents d'enfants de 0 à 17 ans – 600 enfants de 7 à 17 ans – collecte juillet 2021



Les 11-12 ans et leur smartphone



89%

disposent d'un smartphone à 12 ans



2H03 minutes par jour
lors de leur dernier jour d'école

42% des enfants estiment passer
trop de temps sur leur téléphone





52% des enfants déclarent être **géolocalisés**

par leurs parents

via leurs smartphone



Source : Agence Heaven #BornSocial 2022. Enfants de 11 et 12 ans





64% avec un smartphone



26% avec un ordinateur



7% avec une tablette

Source : Agence Heaven #BornSocial 2020. % de répondants. Données Credoc





58% des parents régulent le temps passé sur les jeux vidéo

57% le temps passé sur internet



56% le temps passé à regarder la TV

48% le temps passé à téléphoner
et envoyer des SMS



Source : Agence Heaven #BornSocial 2020. % de répondants. Données Arcep





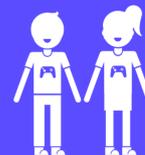
87%

des enfants de 11-12 ans
utilisent régulièrement
au moins un réseau social



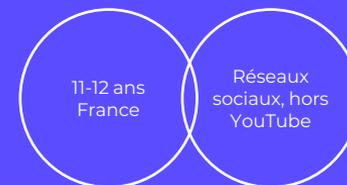
11 ans

80%



12 ans

93%



Source : Agence Heaven #BornSocial 2022. Enfants de 11 et 12 ans



71% des



jeunes ont un appareil numérique en permanence dans leur chambre



31% se réveillent ou restent éveillés la nuit pour être sur leur écran



71% des

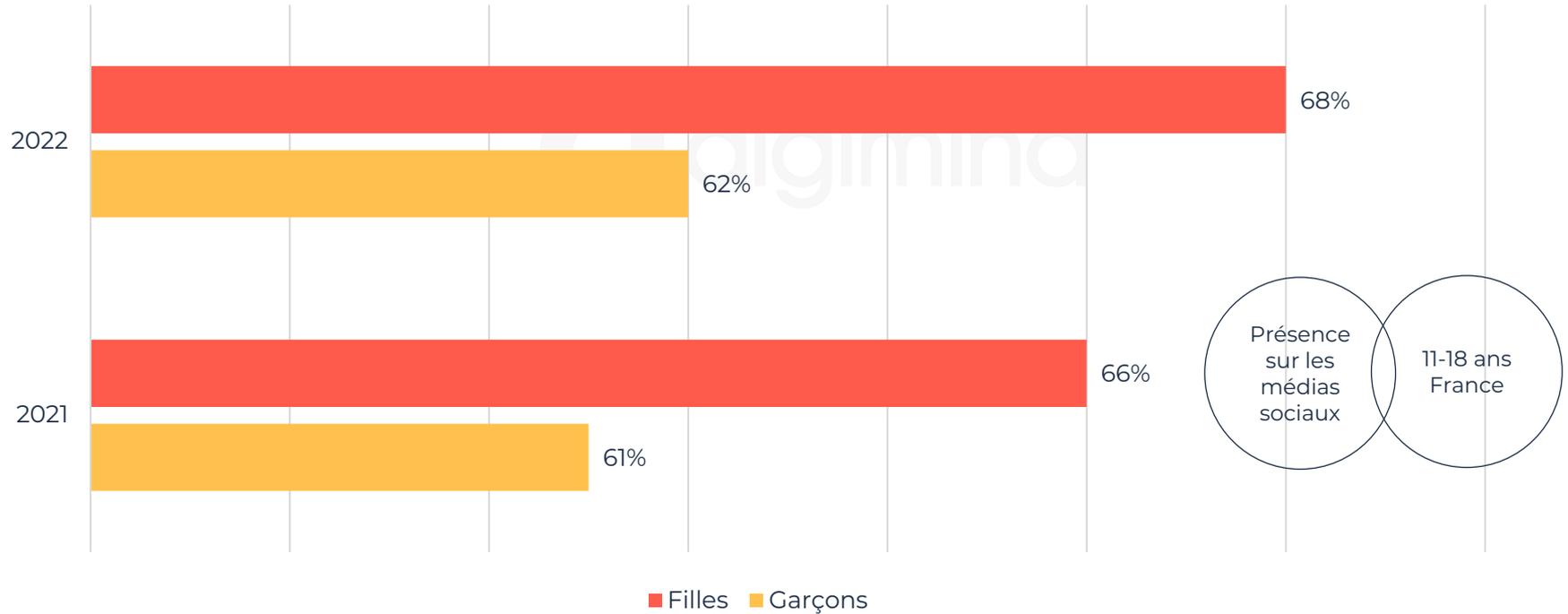
parents décident du moment + durée de connexion de leurs enfants

11-18 ans
France

Usage des réseaux sociaux



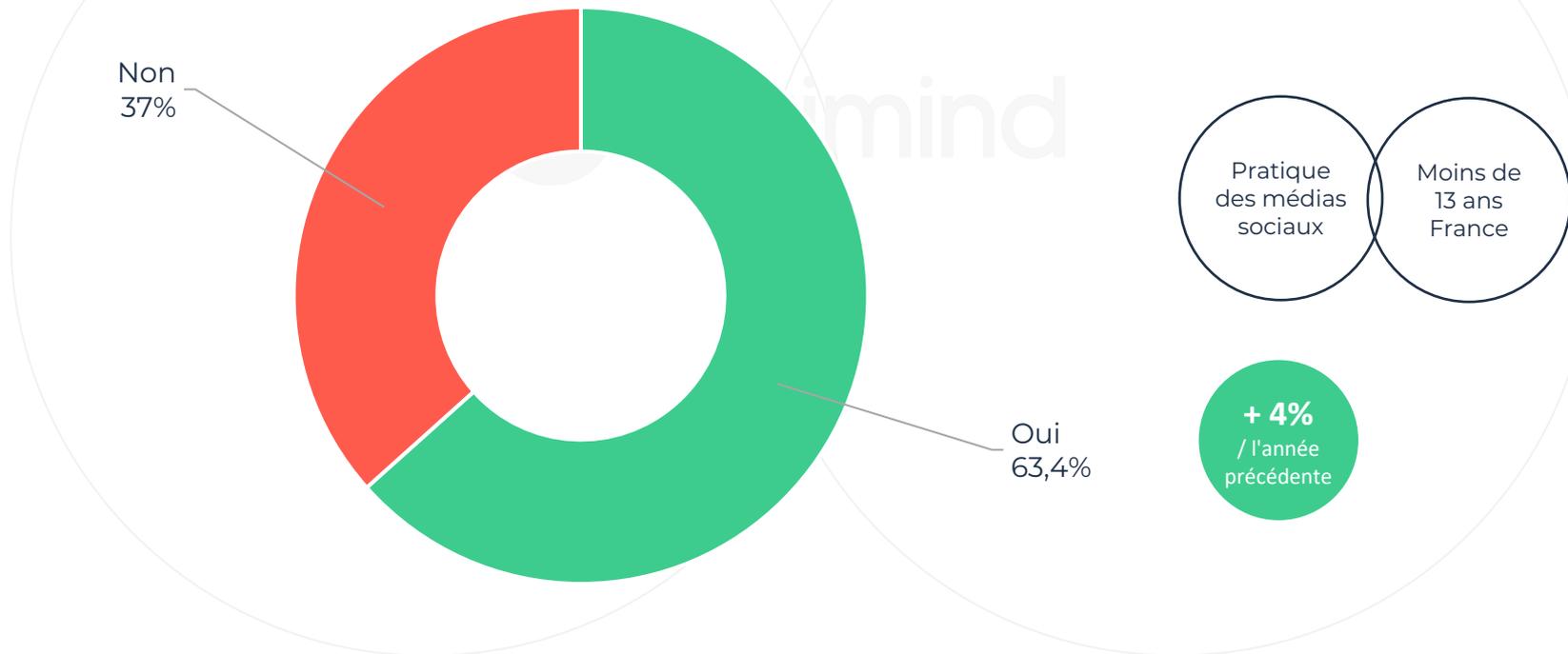
Part des 11-18 ans ayant au moins un compte sur les réseaux sociaux 2022



Source : Génération Numérique – Enquête 2021-2022- 17013 jeunes



Part des moins de 13 ans ayant au moins un compte sur les réseaux sociaux 2021



Source : Génération Numérique – Enquête 2020-2021 – 6517 jeunes



Les applications utilisées par les 11-12 ans pour être en ligne avec ses amis en 2022



Applications de messagerie (type WhatsApp, Messenger...)

49% ⁺⁷



Messages (SMS...)

38% ⁻⁹



Jeu vidéo en ligne (type Fortnite, Animal Crossing, Apex...)

35%



Réseaux Sociaux (Instagram...)

30%



Appels Téléphoniques

20%



Appels visio (Facetime, Zoom...)

15%



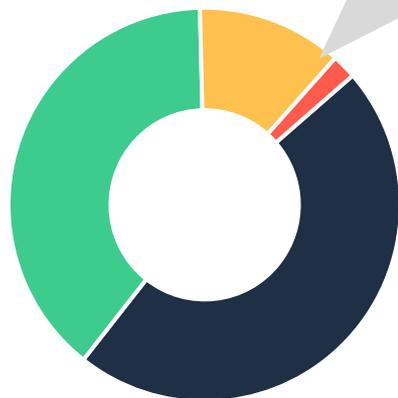
Source : Agence Heaven #BornSocial 2022. Enfants de 11 et 12 ans

Les publications et les cercles de contacts chez les 11-12 ans



Fréquence des publications

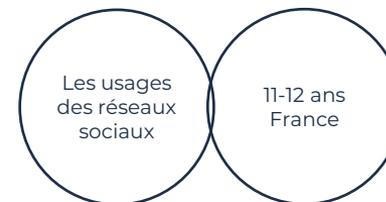
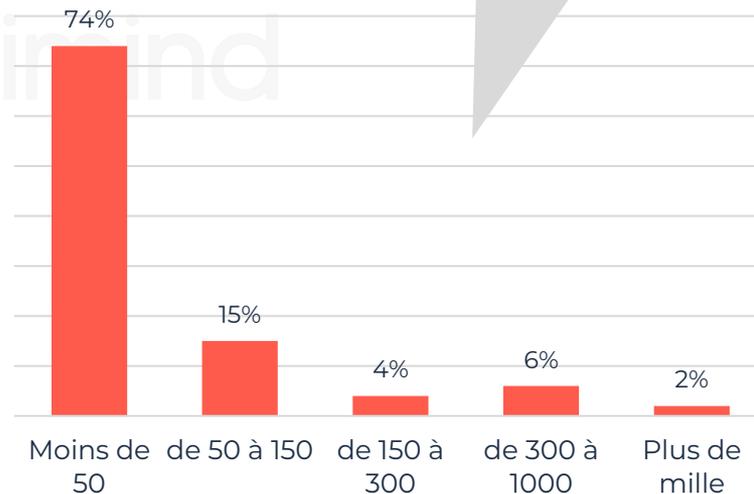
Combien de posts / photos / stories penses-tu avoir publiés et partagés auprès de tous tes abonnés au cours des 7 derniers jours ?



- Aucun
- Entre 1 et 5
- Entre 6 et 14
- Plus de 14

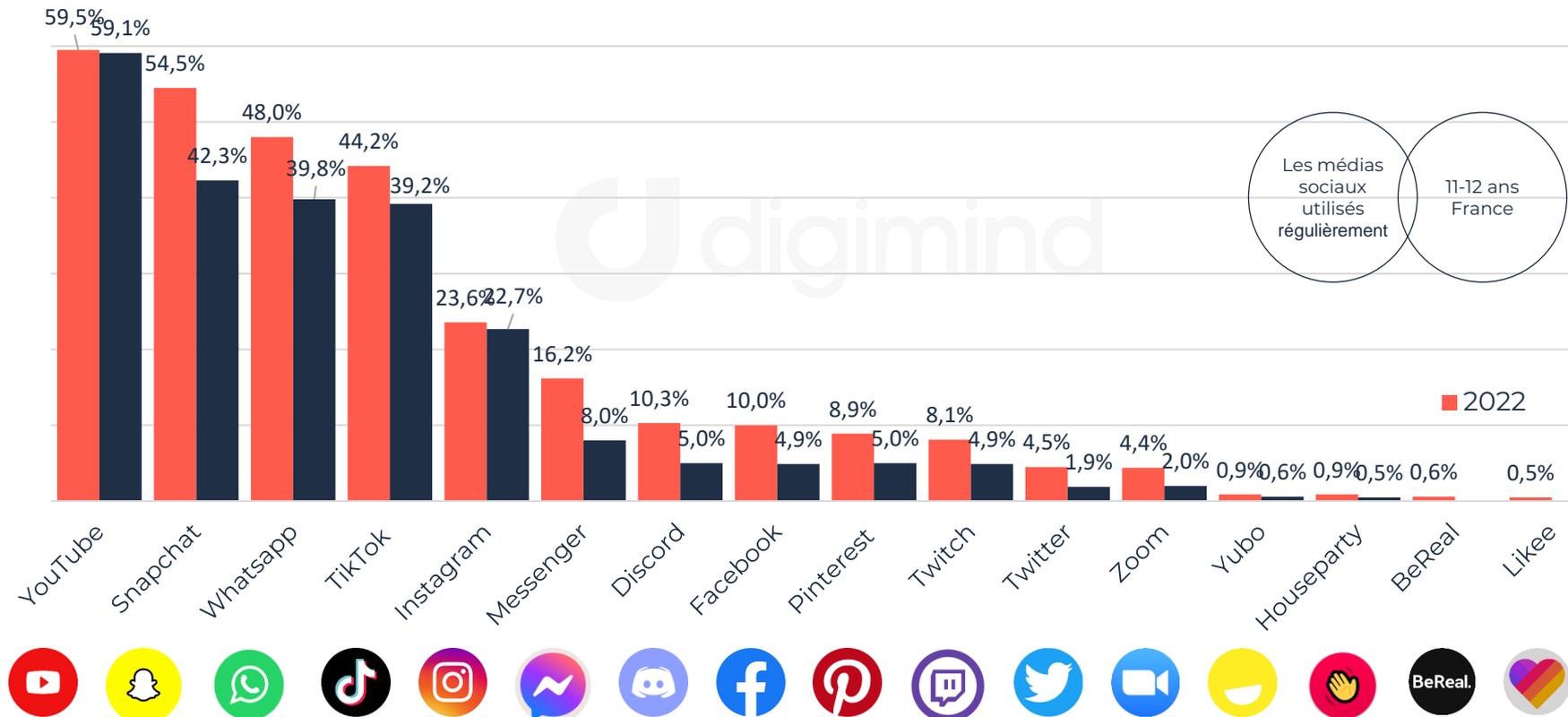
Cercle de contact

Combien d'amis ou d'abonnés as-tu sur ton application principale ?



Source : Agence Heaven #BornSocial 2022. Enfants de 11 et 12 ans

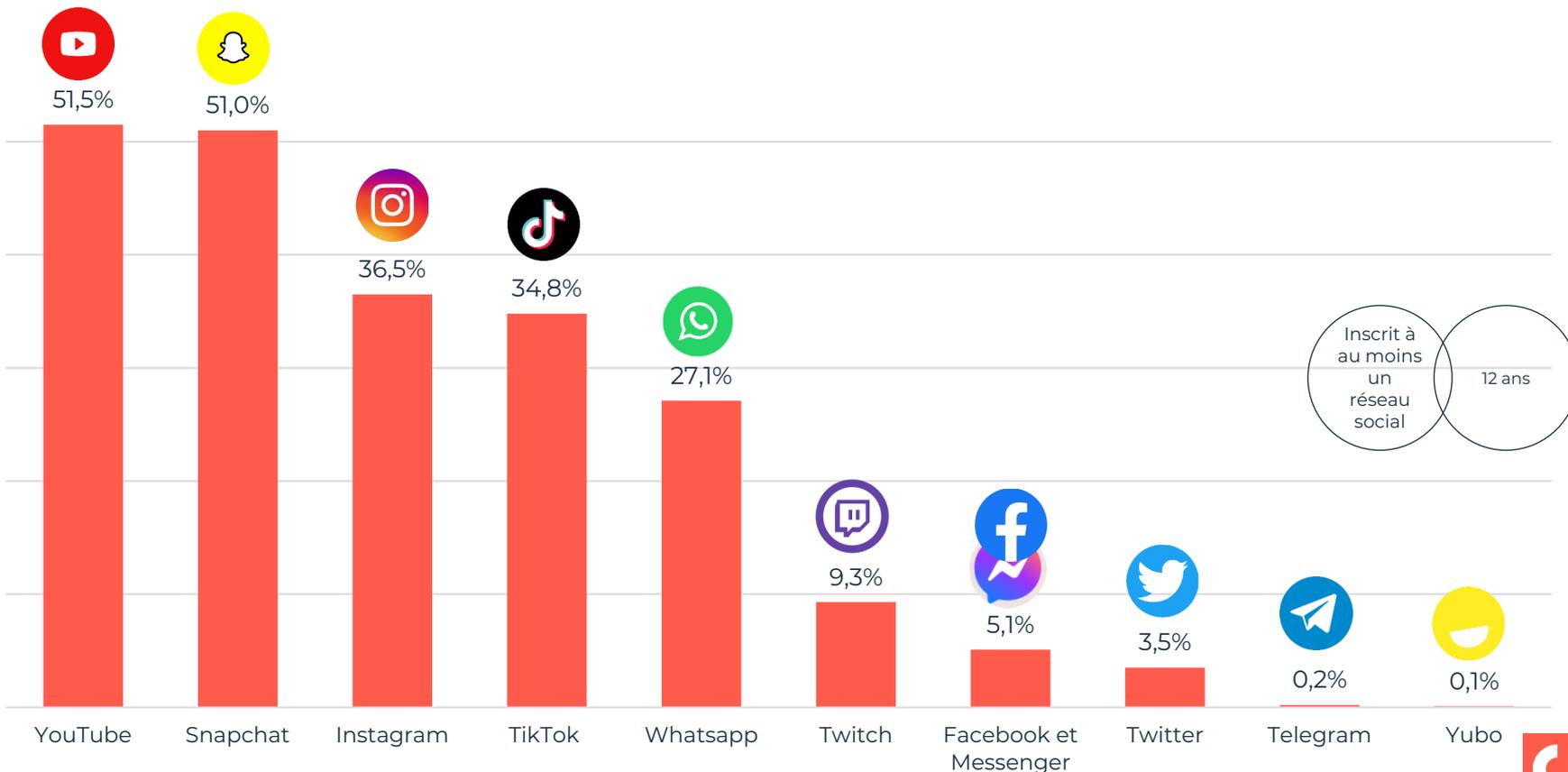
Les plateformes sociales utilisées régulièrement par les 11-12 ans en 2022-2020



Source : #BornSocial 2022 2020 Agence Heaven x panel IDM Families. 200 enfants de 11-12 ans



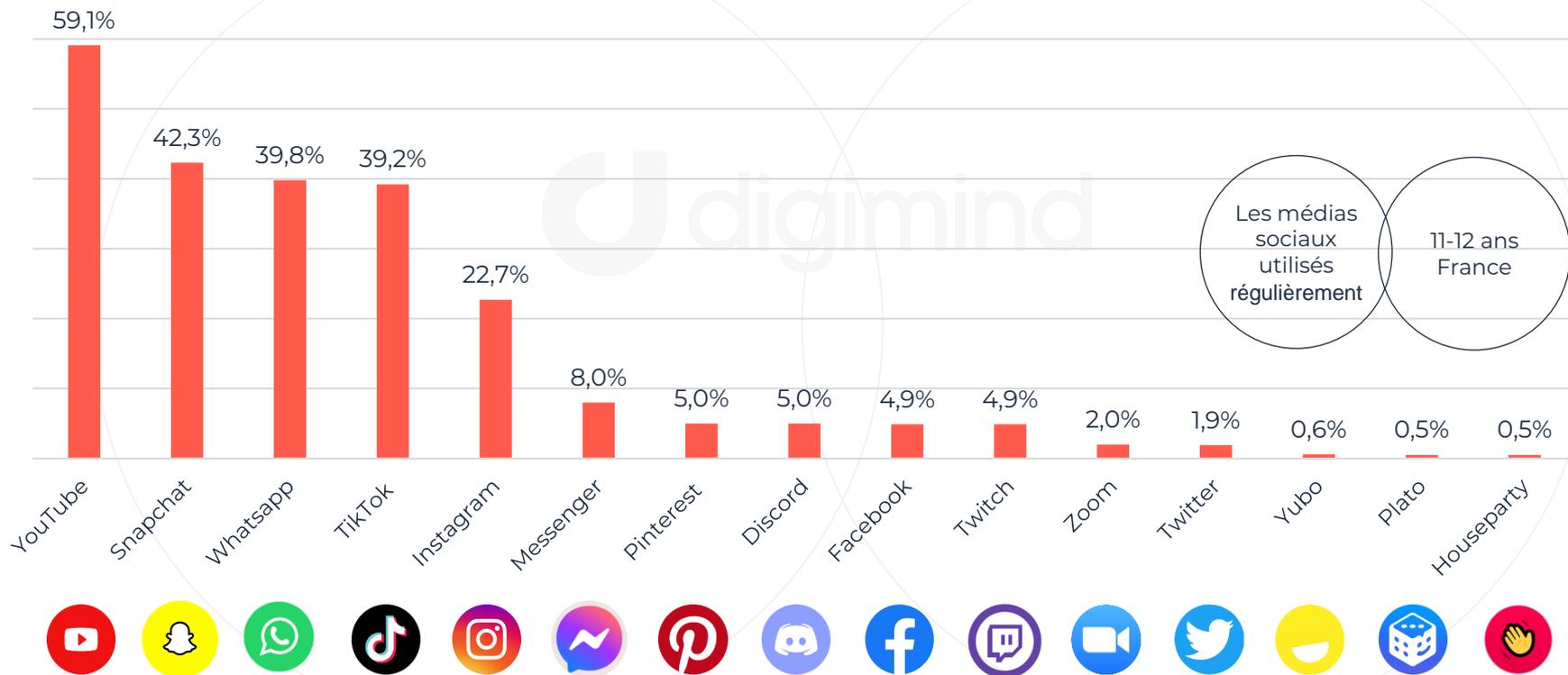
Les réseaux sociaux les plus utilisés par les moins de 13 ans en 2021 en France



Source : Born Social 2021 Génération Numérique, 2021, FR, 1000 enfants de 12 ans, traitements heaven.



Les plateformes sociales utilisées régulièrement par les 11-12 ans en 2020 : Tendances



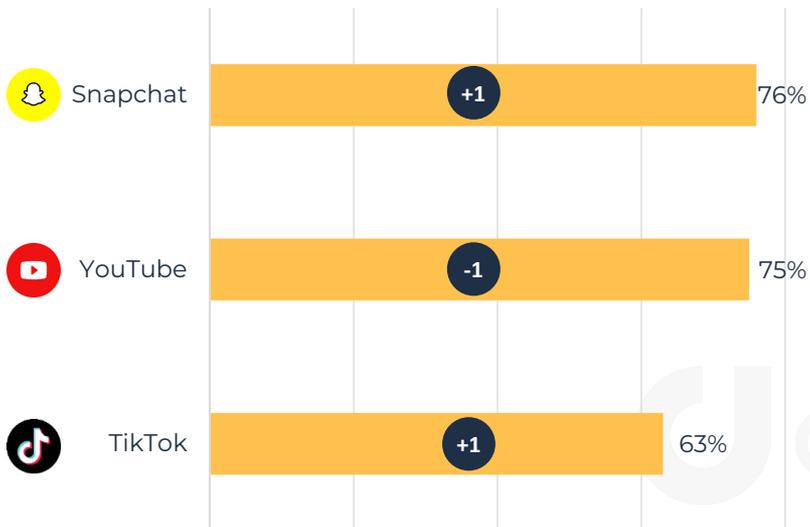
Source : #BornSocial 2020 Agence Heaven x panel IDM Families . 200 enfants de 11-12 ans



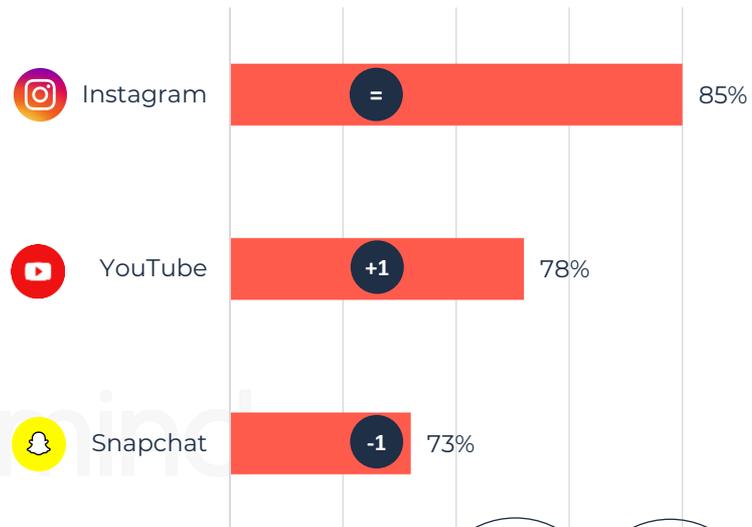
Les plateformes sociales préférées des 11-18 ans 2021



11-14 ans



15-18 ans

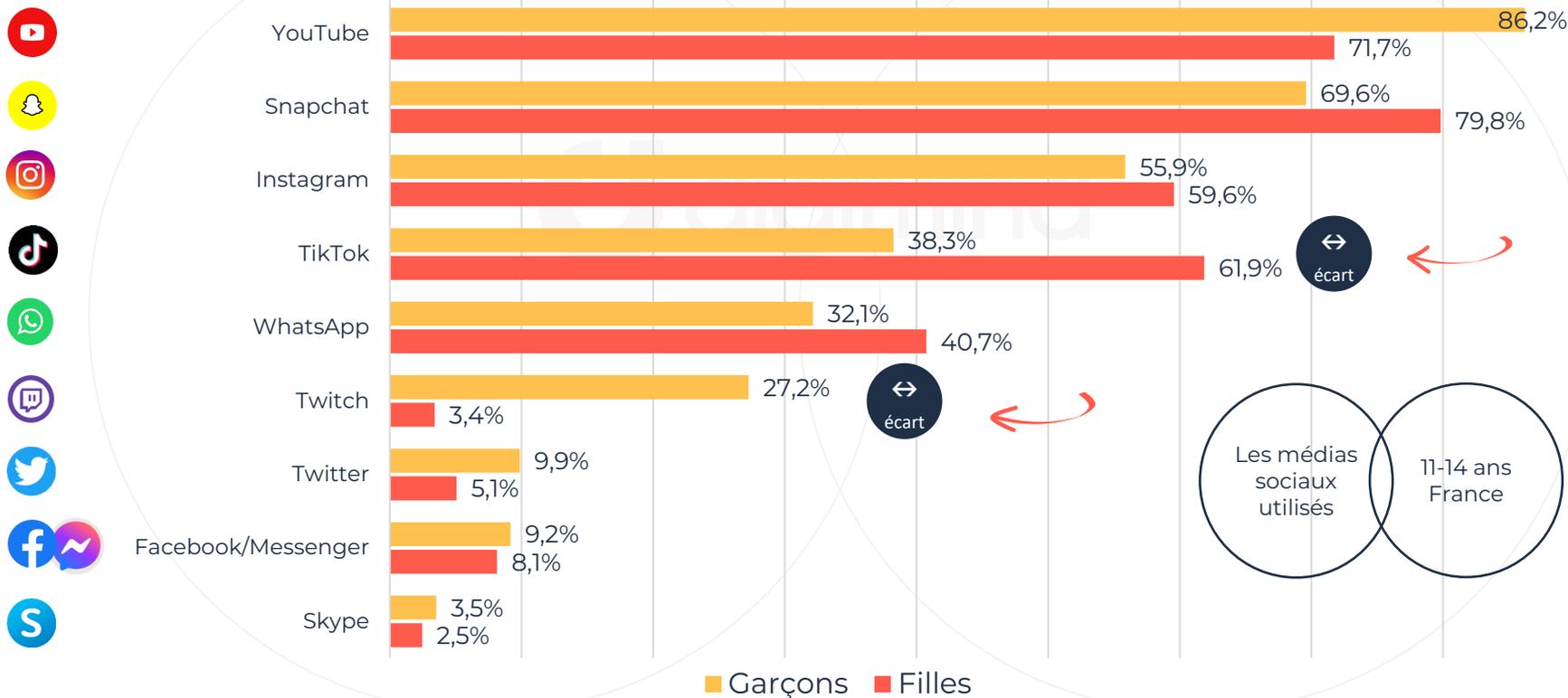


Source : Génération Numérique – Enquête 2021-2022- 17013 jeunes

+ - Evolutions 2022 / 2021 en position



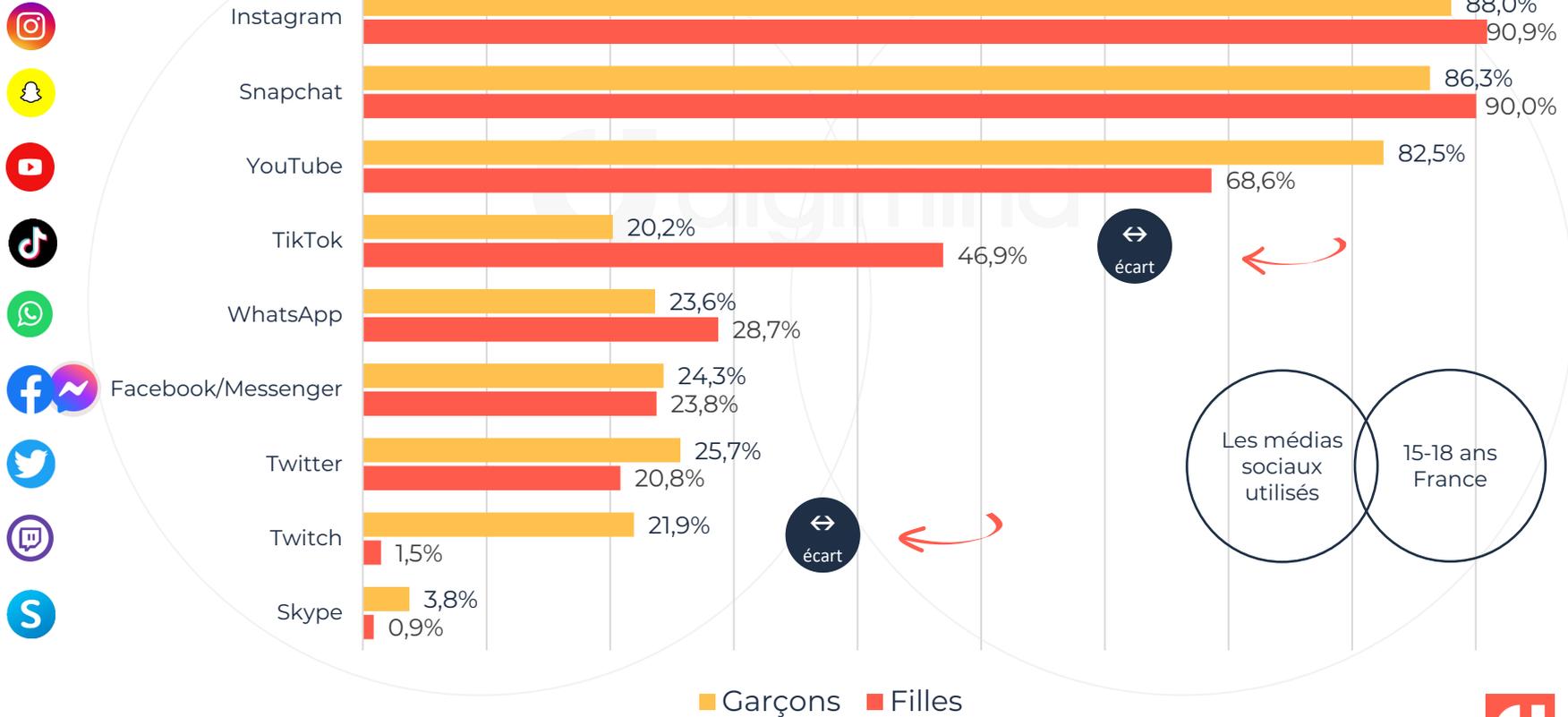
Les plateformes sociales utilisées par les 11-14 ans. Garçons et Filles



Source : Génération Numérique – Enquête 2020-2021 – 6517 jeunes



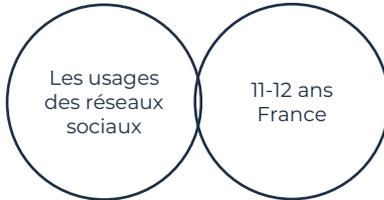
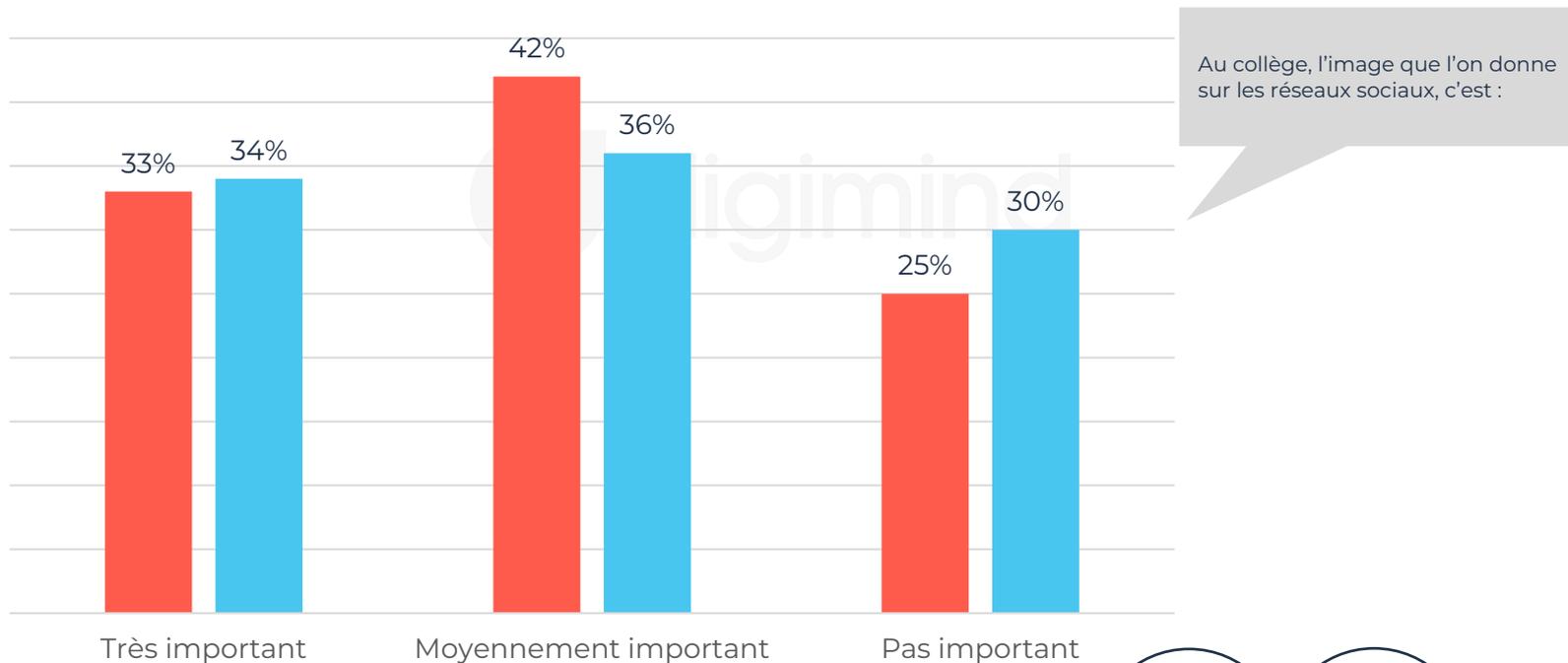
Les plateformes sociales utilisées par les 15-18 ans. Garçons et Filles



Source : Génération Numérique – Enquête 2020-2021 – 6517 jeunes

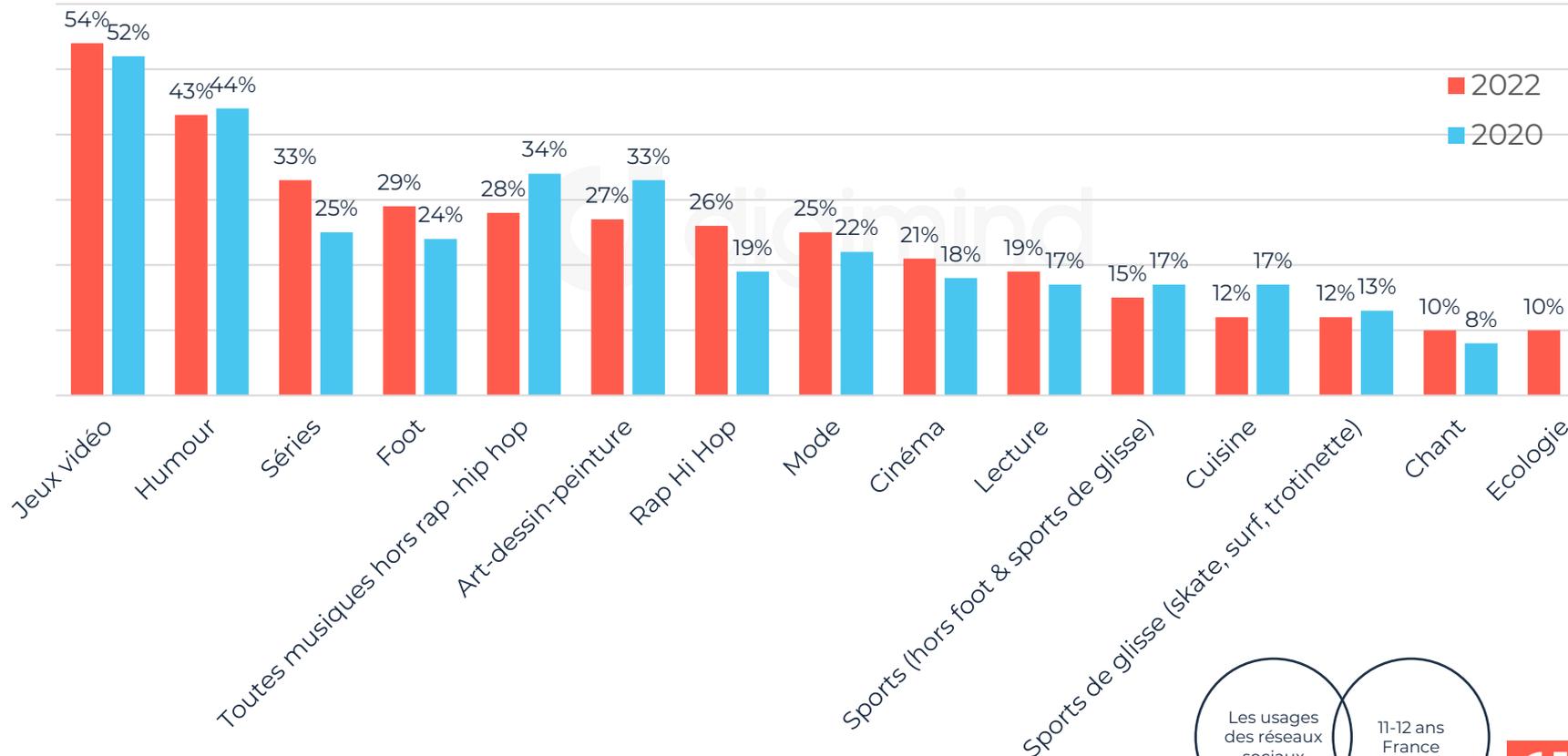


La réputation personnelle véhiculée sur les réseaux sociaux en 2022 vs 2020



Source : Agence Heaven #BornSocial 2022, 2020 . Enfants de 11 et 12 ans

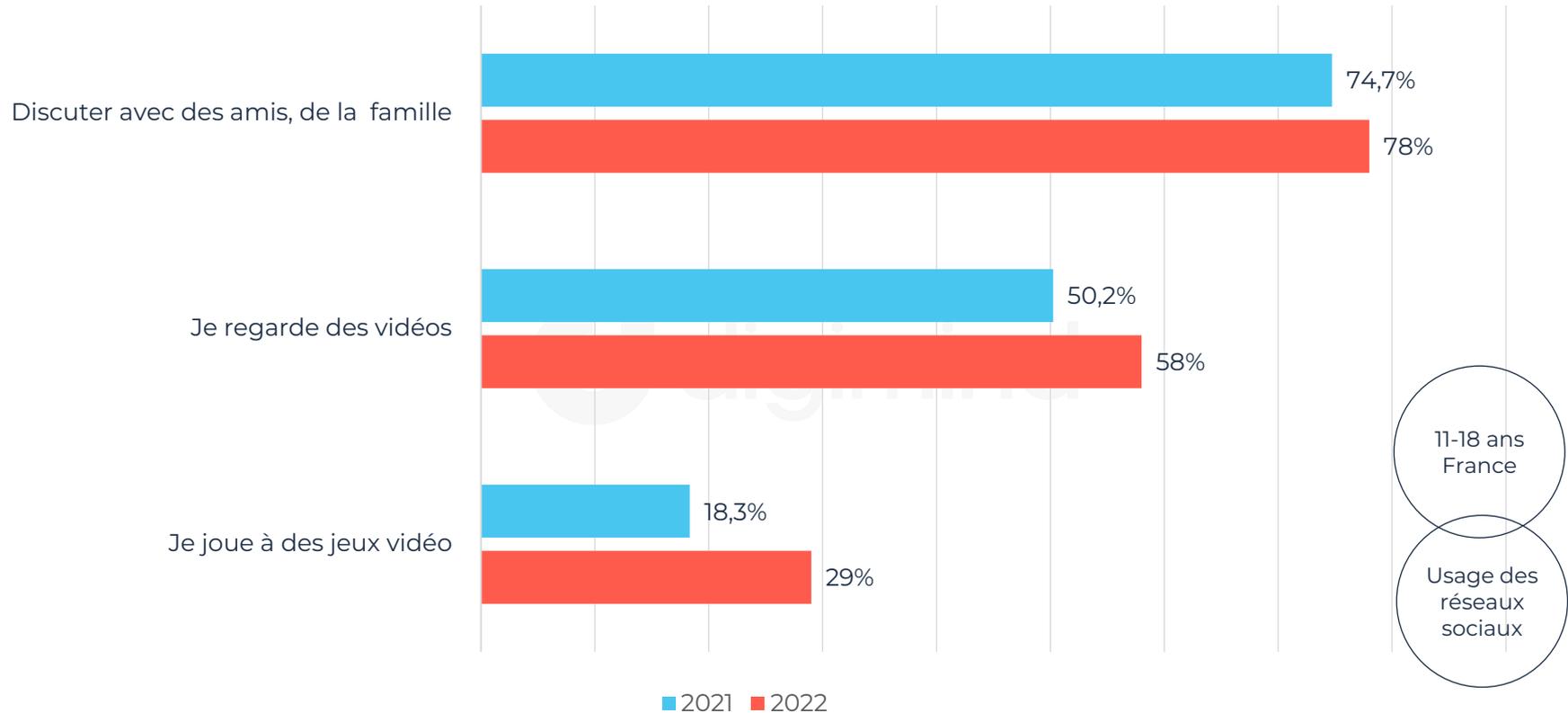
Les centres d'intérêts des 11-12 ans sur les réseaux sociaux en 2022 vs 2020



Source : Agence Heaven #BornSocial 2022, 2020 . Enfants de 11 et 12 ans



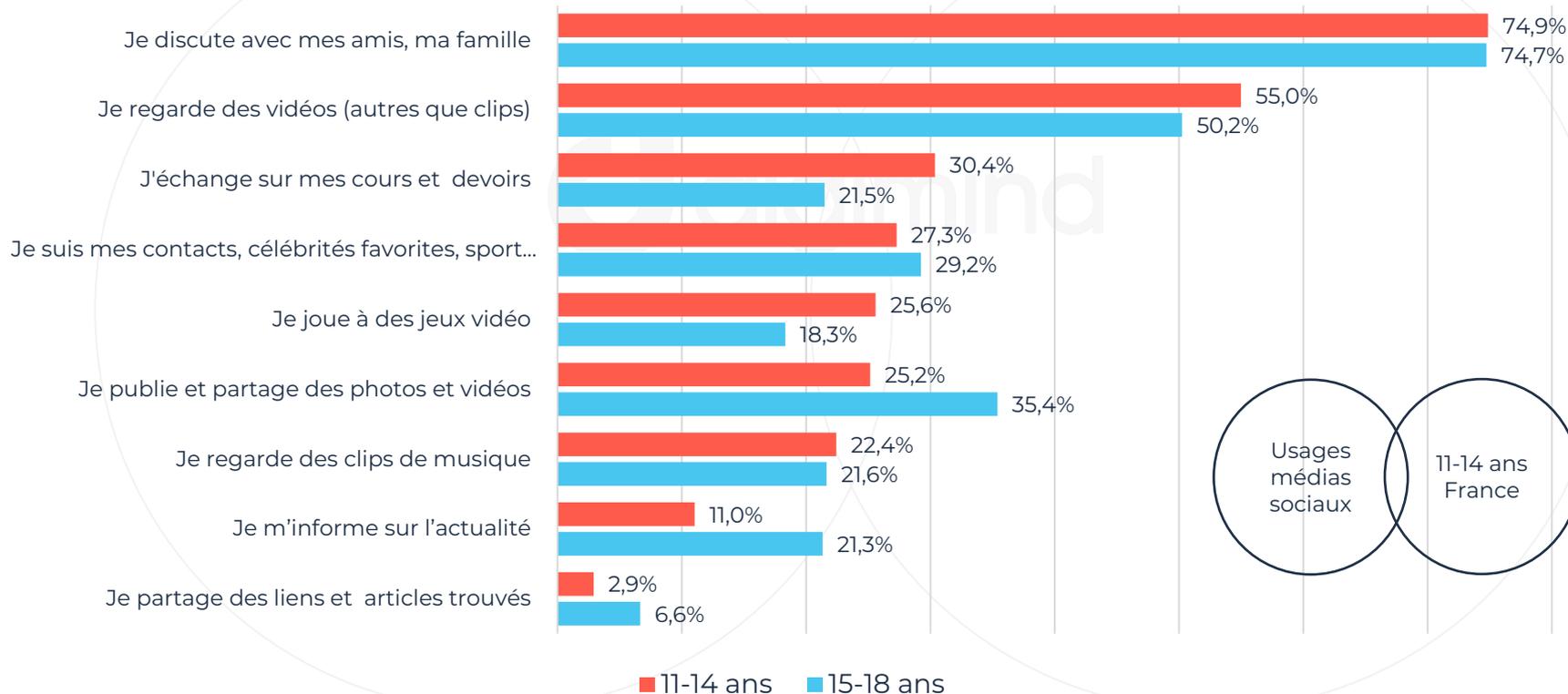
Top 3 des usages des réseaux sociaux par les 11-18 ans. 2022



Source : Génération Numérique – Enquête 2021-2022- 17013 jeunes



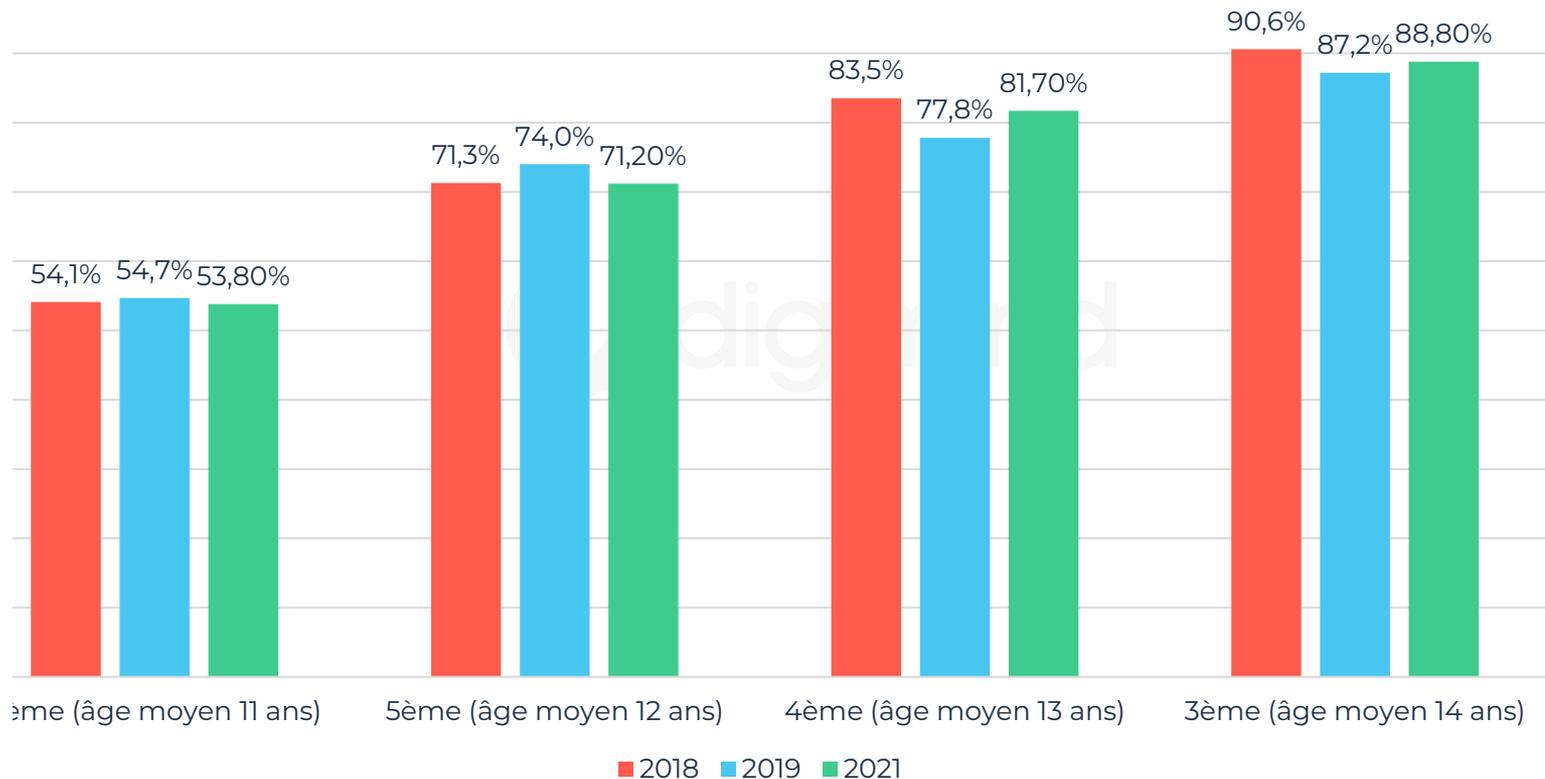
Les usages des réseaux sociaux par les 11-18 ans. 2021



Source : Génération Numérique – Enquête 2020-2021 – 6517 jeunes



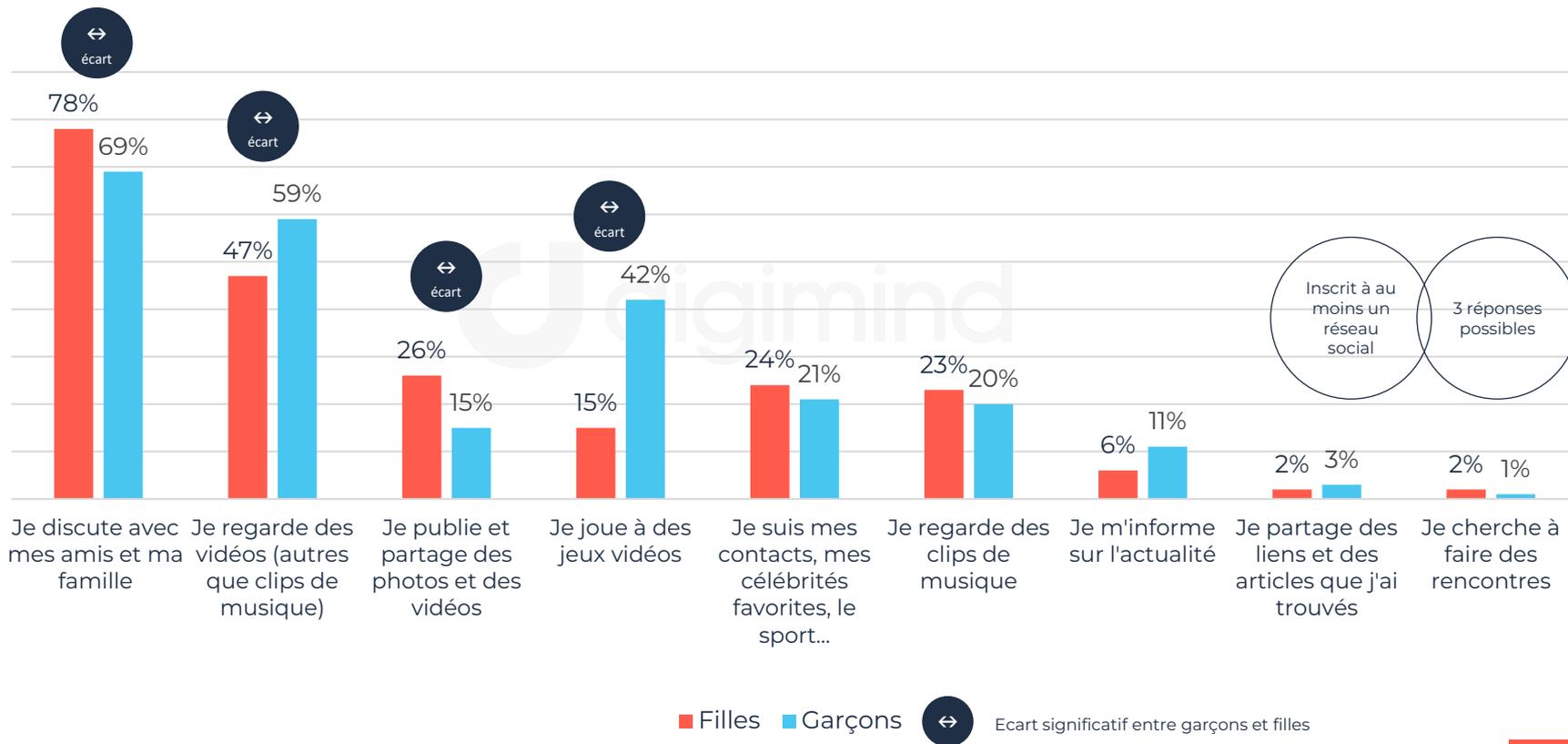
Taux d'inscription sur les réseaux sociaux par âge 2018-2021 : 11-14 ans



Source : #BornSocial 2021 Agence Heaven Génération Numérique 2018, 2019, 2021 (4156). Inscrits sur les réseaux sociaux de 11 à 14 ans



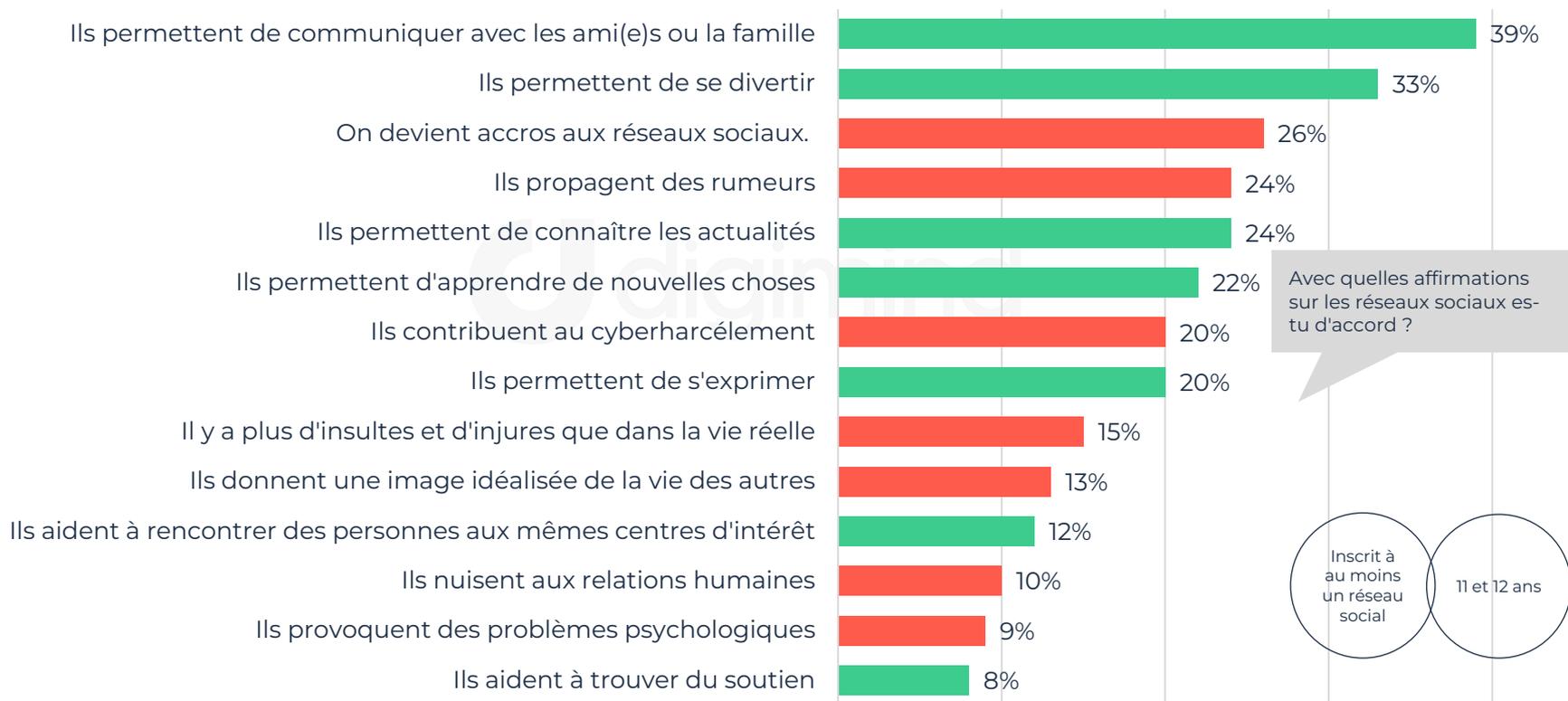
L'usage des réseaux sociaux par les moins de 13 ans en France. 2021



Source : #BornSocial 2021 Agence Heaven Génération Numérique 2018 et 2019. 2021 : 1250 enfants de 11 ou 12 ans, inscrits à au moins 1 réseau social



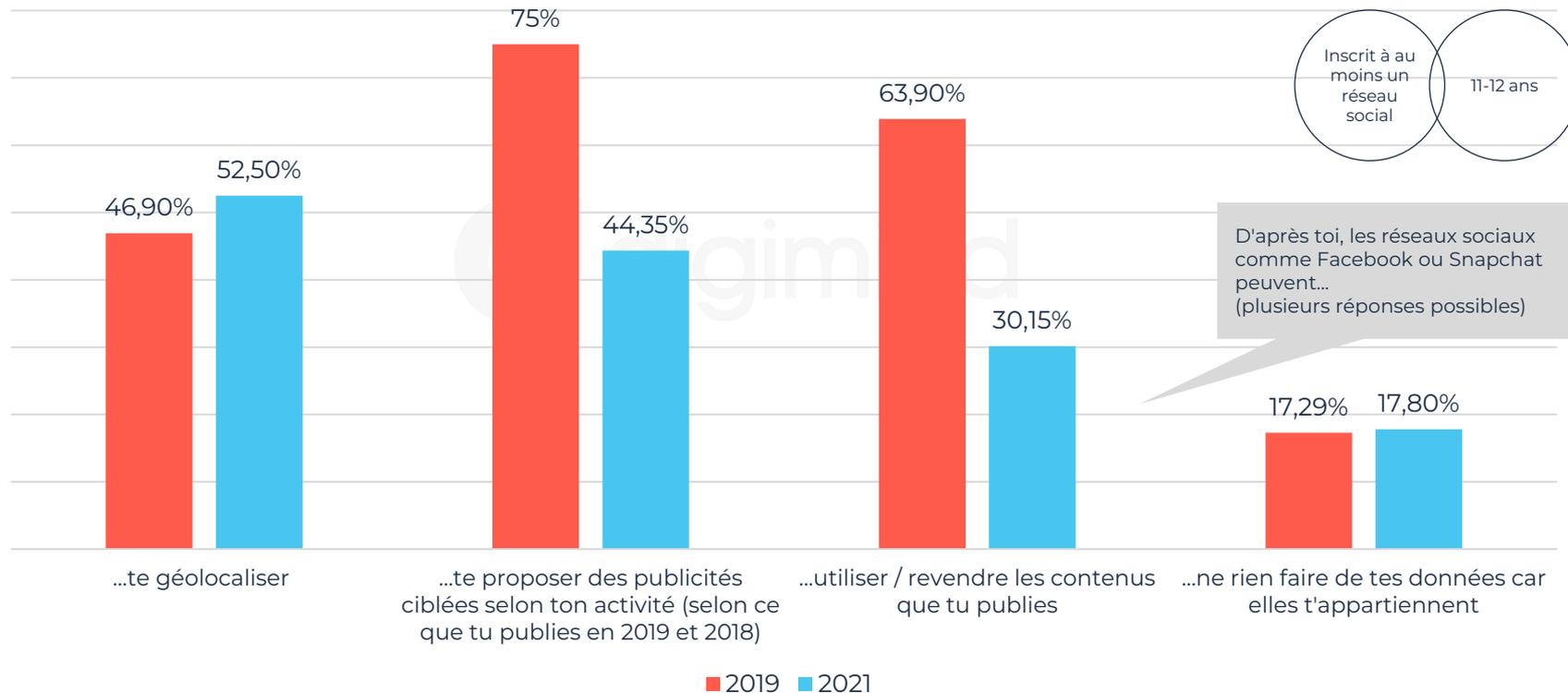
Les réseaux sociaux vus par les moins de 13 ans : le bon et le mauvais. 2021



Source : #BornSocial 2021 Agence Heaven Génération Numérique 2021 : 2000 enfants de 11 ou 12 ans,



La perception de la publicité l'utilisation des données personnelles par les réseaux sociaux. 2021



Source : #BornSocial 2019 Agence Heaven Génération Numérique 2019. 2021 Jeunes de 11 à 12 ans.



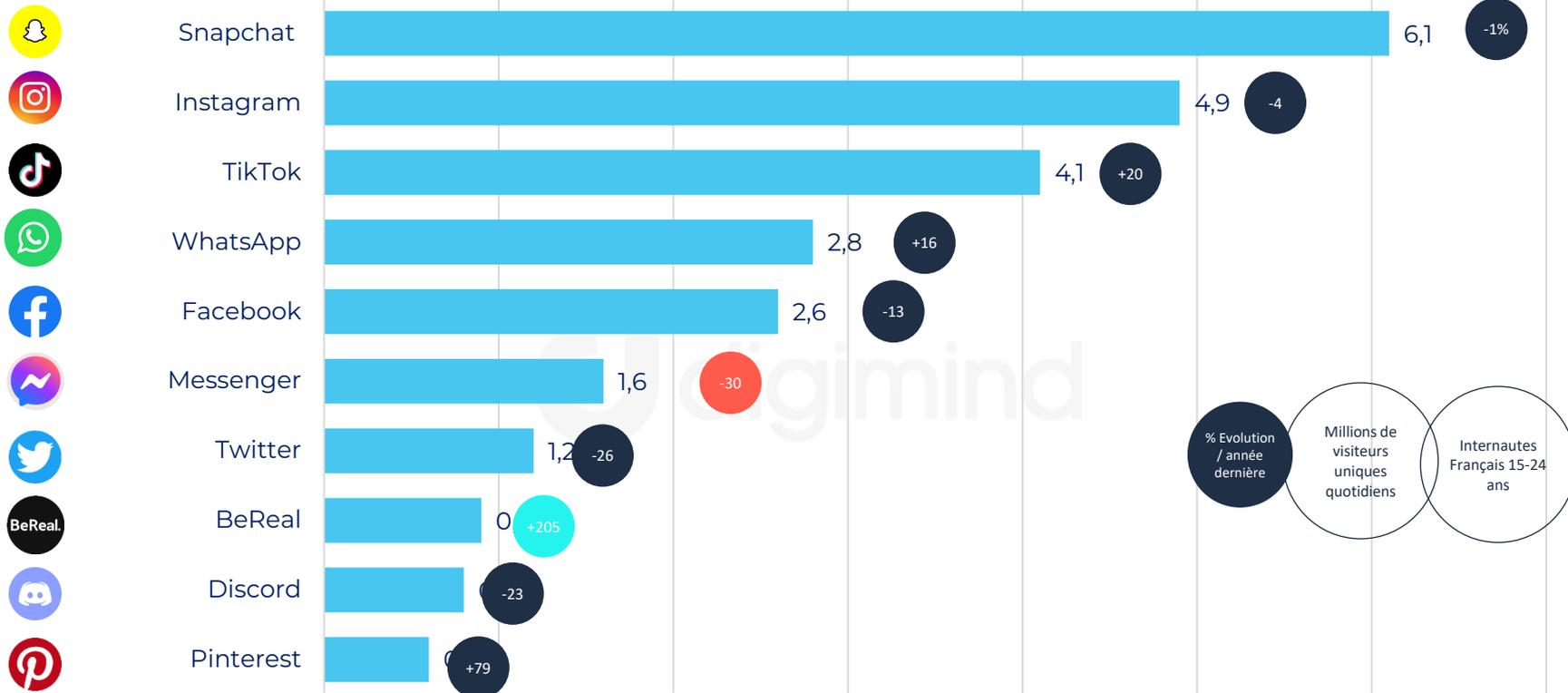


Gen Z

Adolescents et Jeunes Adultes



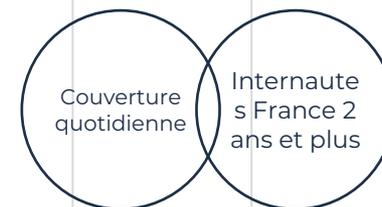
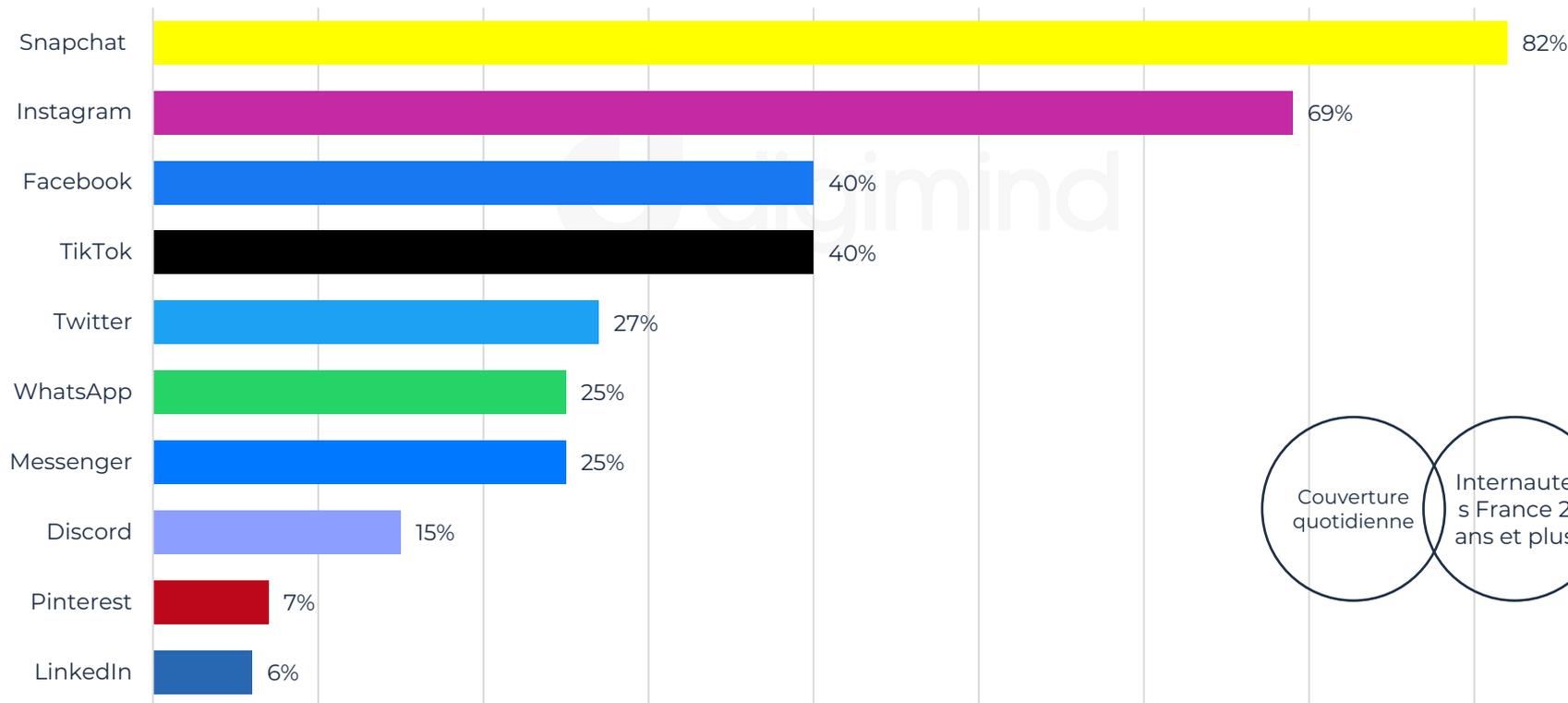
Réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque jour en France. Par les 15-24 ans. Ensemble Année 2022



Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- L'année Internet 2022 –octobre 2021 octobre 2022 Audience Internet Global France – 2 ans et +



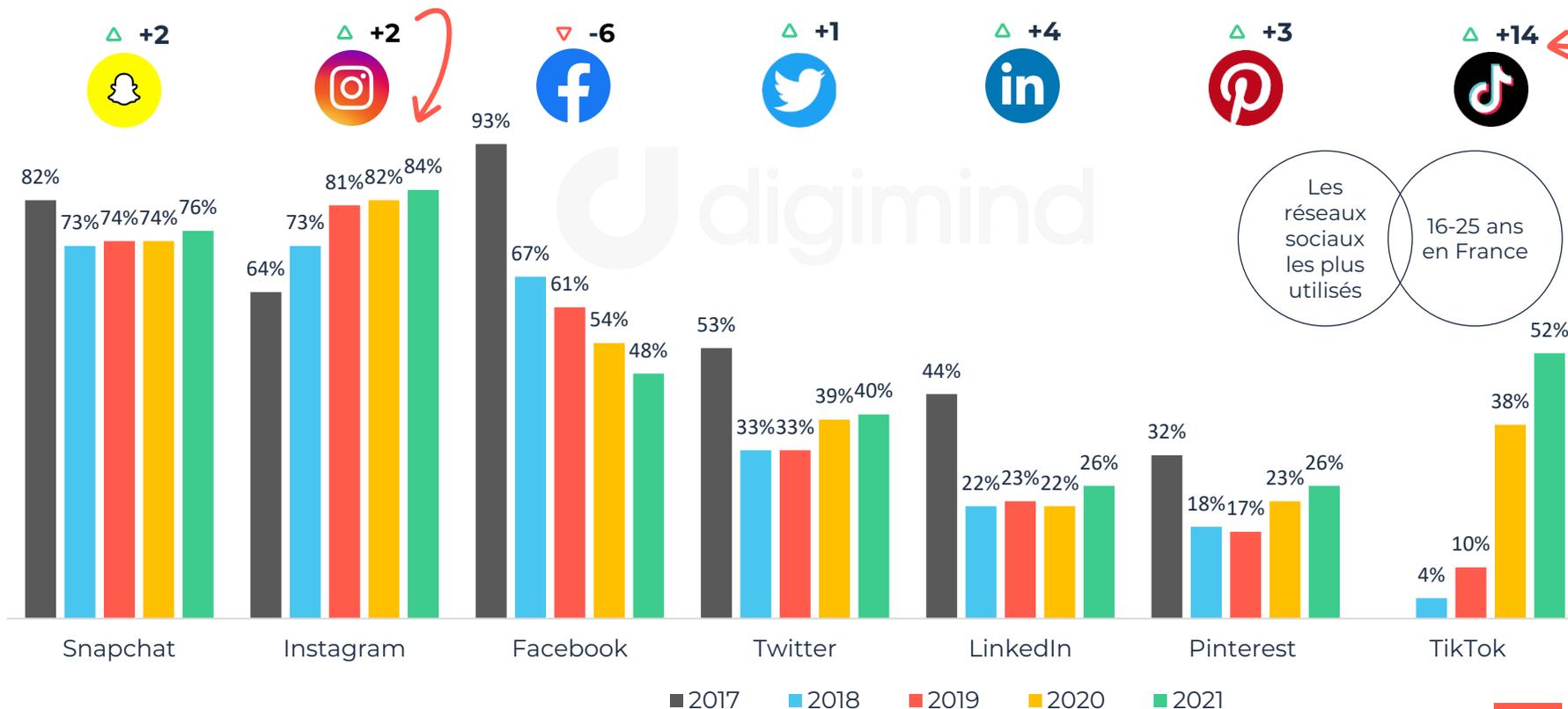
Top 10 des réseaux et messageries chez les 15-24 ans. Présence chaque jour. 2020



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings – Audience Internet Global – France – octobre 2020 – base 2 ans et plus – Couverture quotidienne –catégorie réseaux sociaux +Messageries



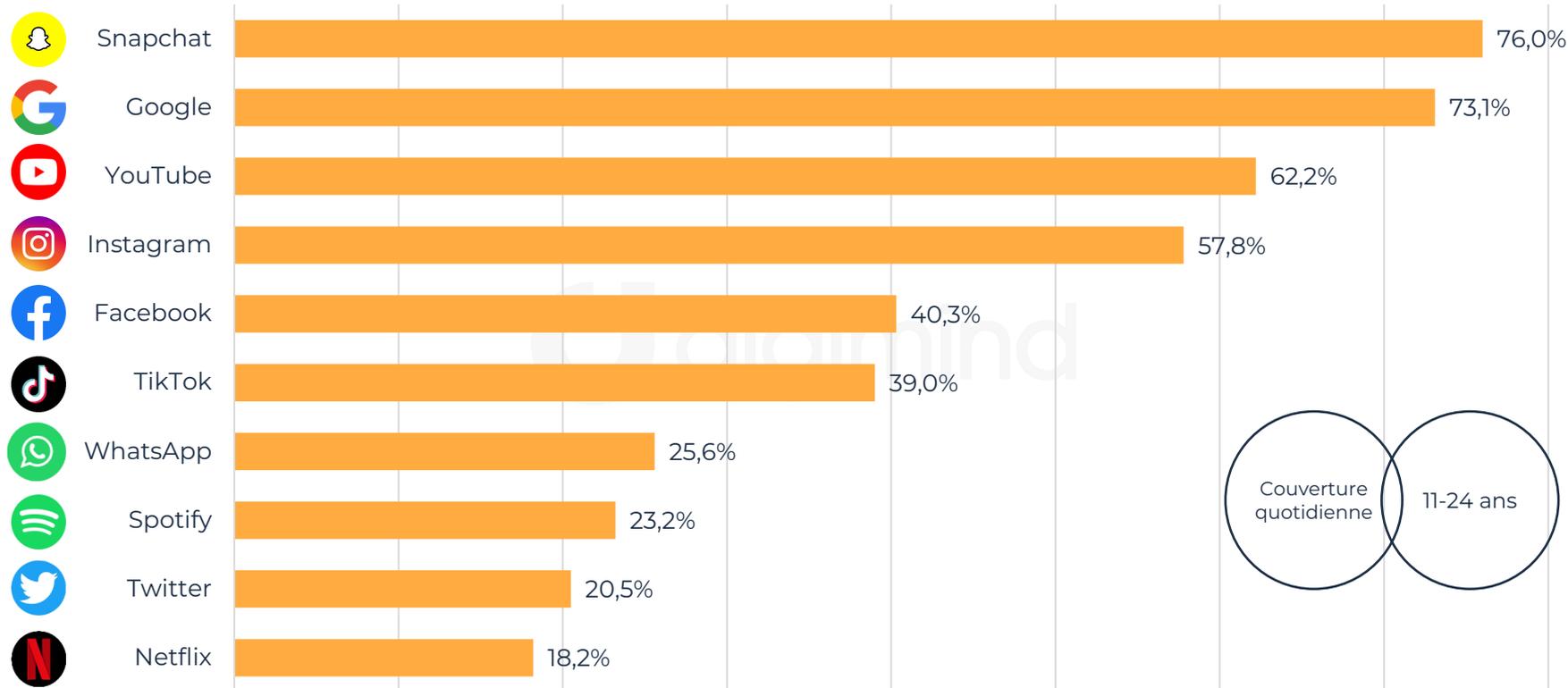
Les réseaux sociaux les plus utilisés par les 16-25 ans en France - 2017-2021



Source : Etude Diplomeo 2018-2019-2020-2021 -2022 (3838 jeunes âgés de 16 à 25 ans). ▲ ▼ Evolutions 2021 / 2020 .



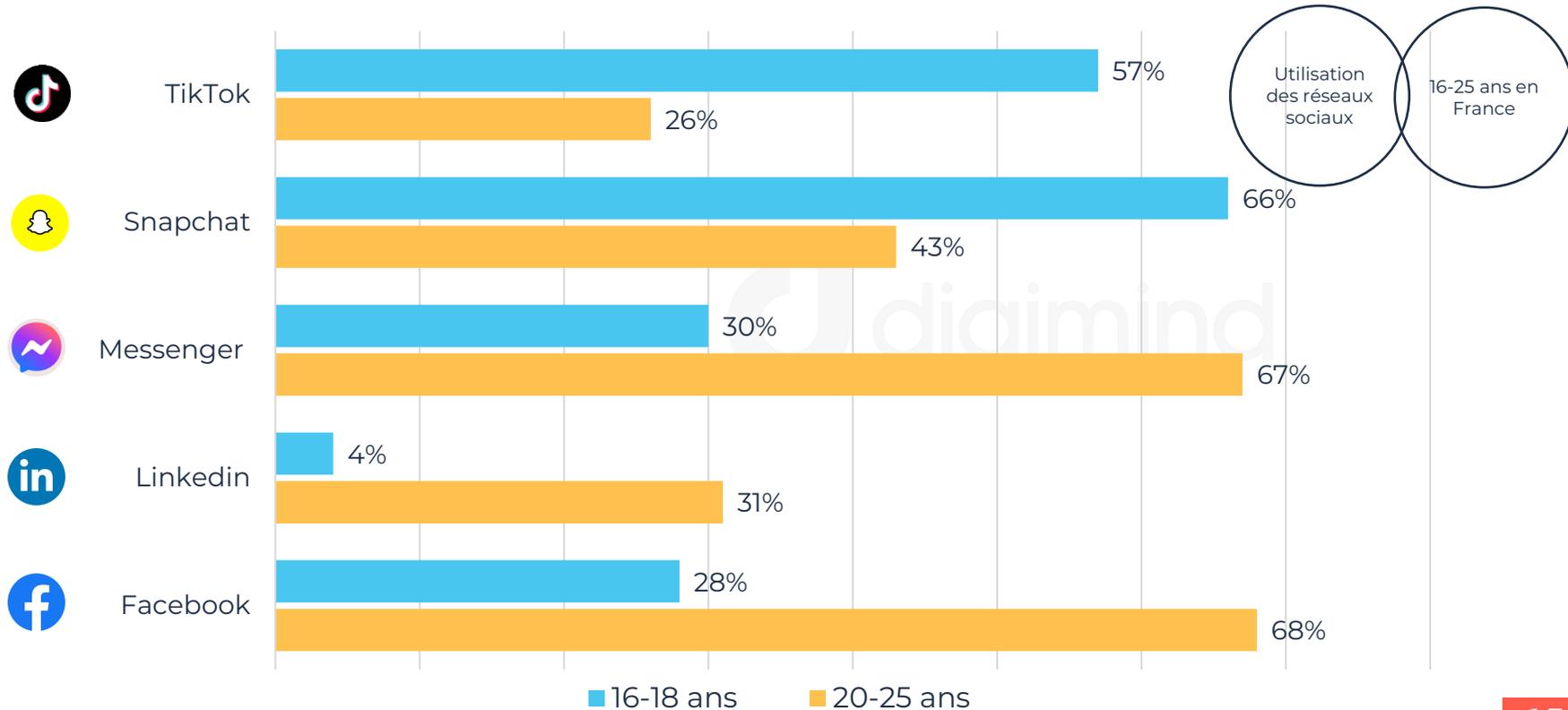
Les marques préférées des jeunes de 11-24 ans. Couverture quotidienne. France



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings – Avril 2021 . Audience Internet Global – France – mars 2020 à mars 2021
– base 2 ans et plus – Couverture quotidienne



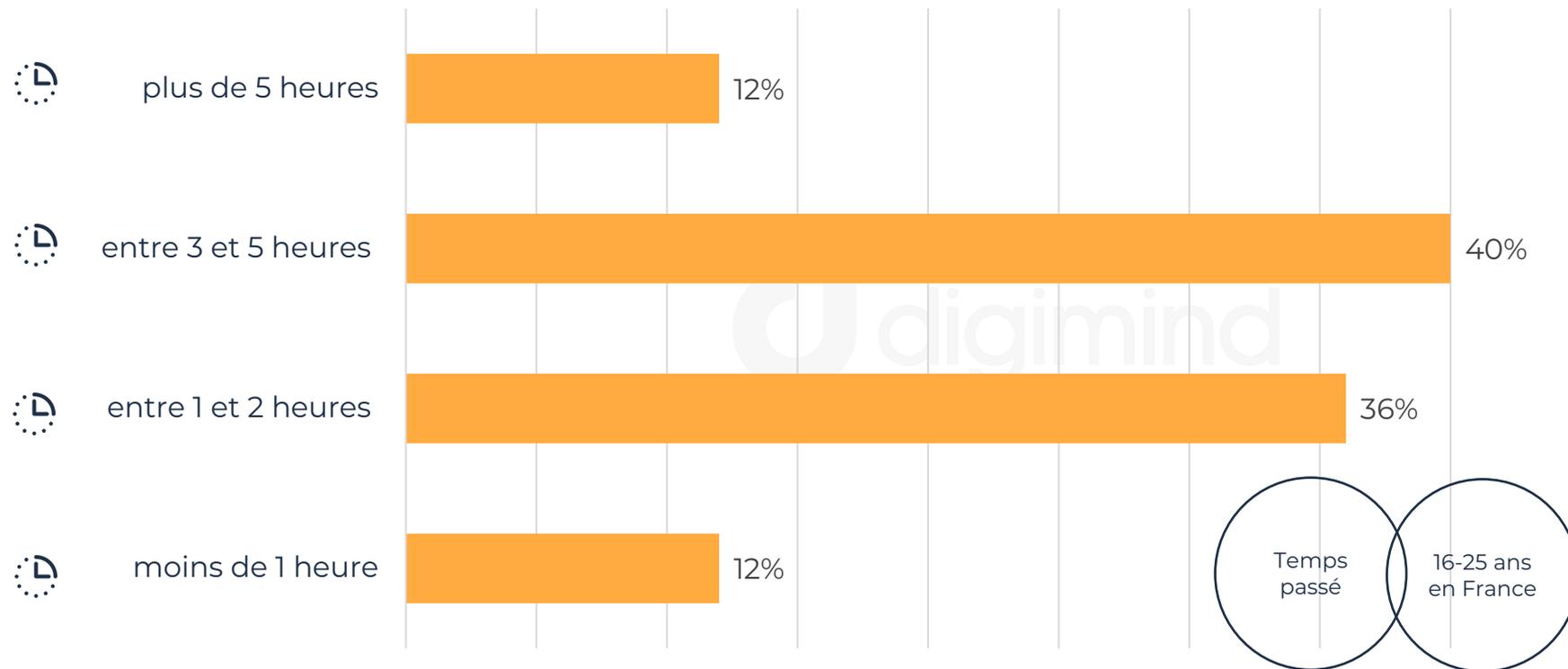
Les disparités d'utilisation des réseaux sociaux 16-18 ans vs 20-25 ans en France



Source : Etude Diplomeo 2020 . 4682 jeunes âgés de 16 à 25 ans.



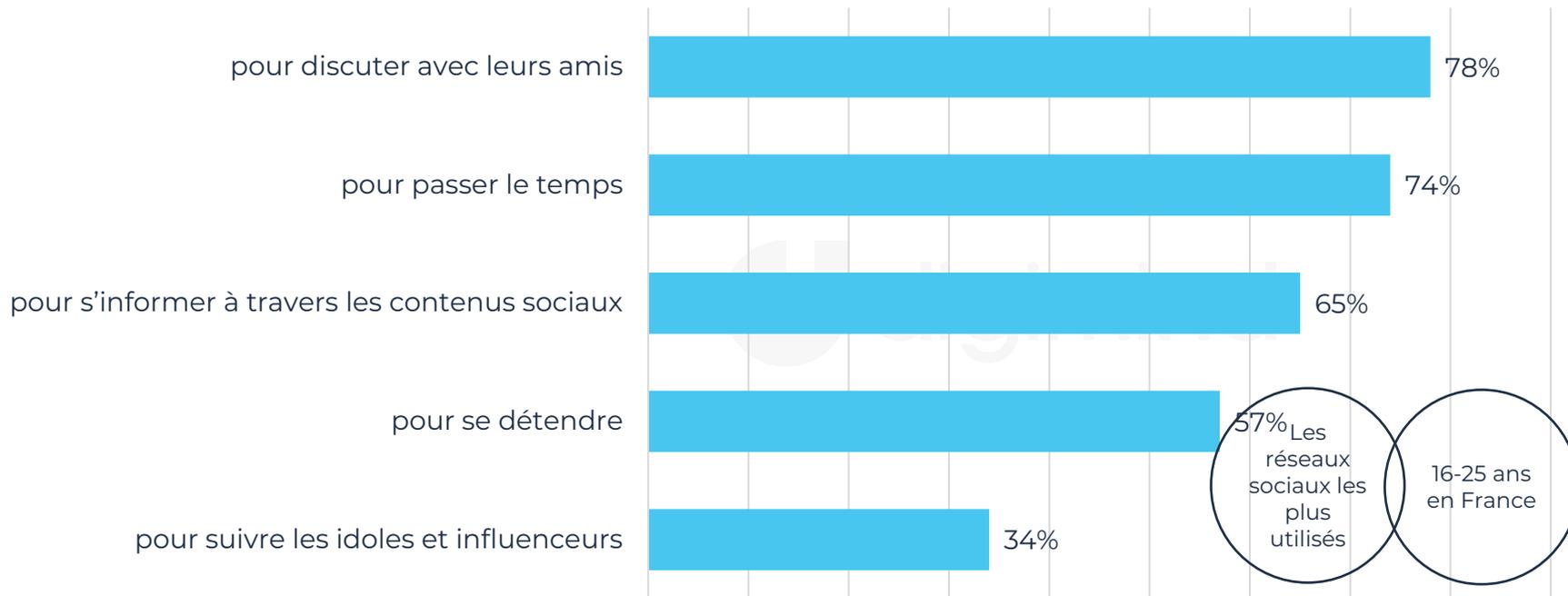
Le temps passé par jour par les 16-25 ans sur les réseaux sociaux en France



Source : Etude Diplomeo 2022 (3838 jeunes âgés de 16 à 25 ans).



Pourquoi les 16-25 ans utilisent les réseaux sociaux en France



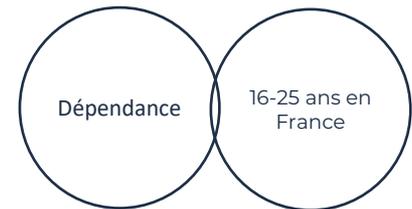
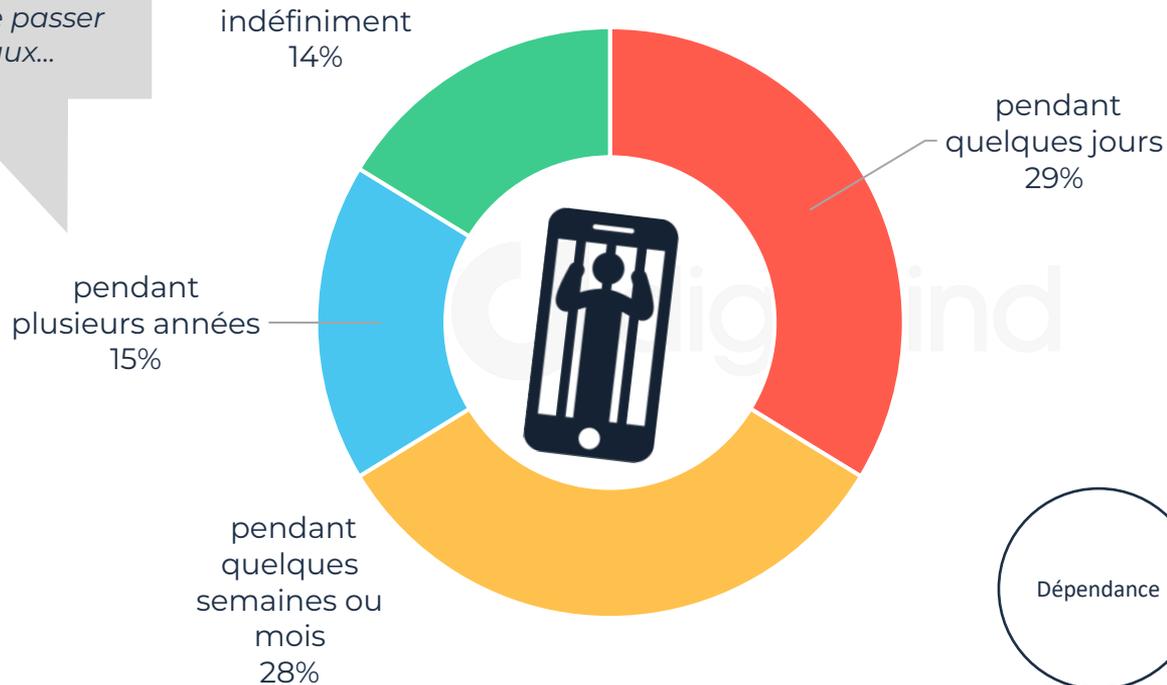
Source : Etude Diplomeo 2022 (3838 jeunes âgés de 16 à 25 ans).



Le sentiment de dépendance aux réseaux sociaux des 16-25 ans en France



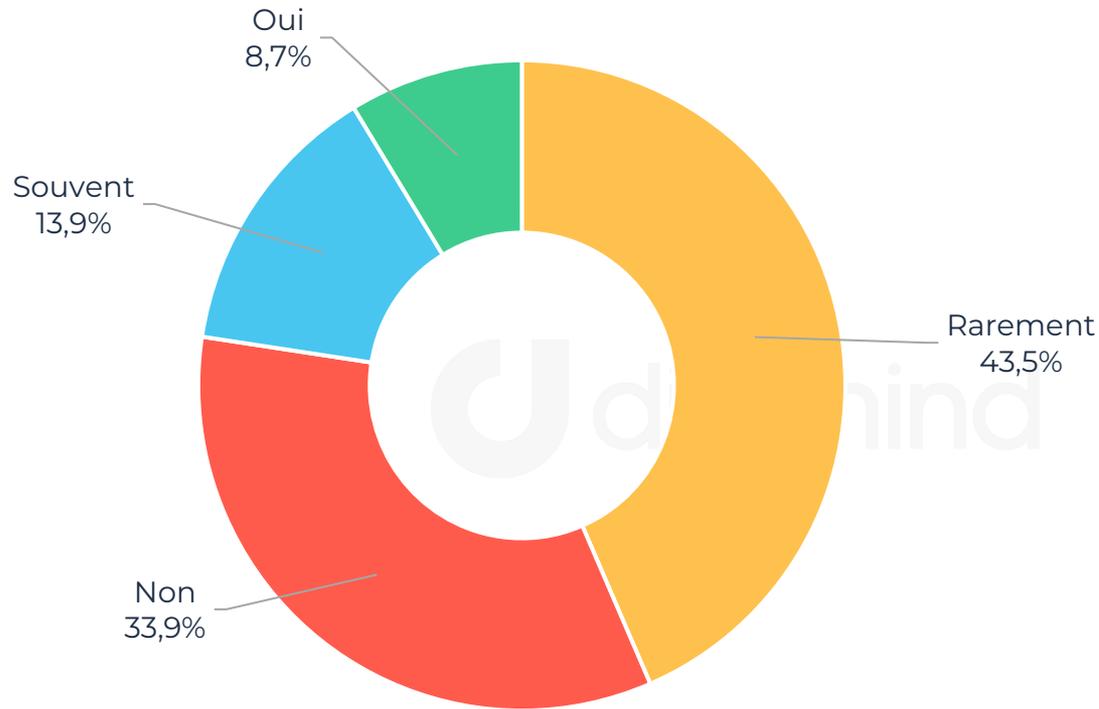
Ils pensent pouvoir se passer des réseaux sociaux...



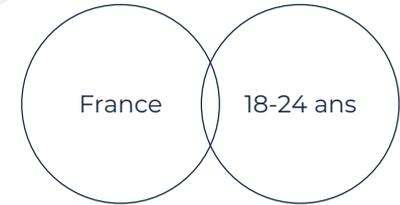
Source : Etude Diplomeo 2022 (3838 jeunes âgés de 16 à 25 ans).



La génération Z et les influenceurs. France. Tendances



Que penses-tu des influenceurs, est-ce que tu te fies à leurs avis ?



Source : Etude Vogz via Google Survey 1000 participants **en spontané** 18 24 ans



Les réseaux sociaux utilisés pour l'orientation et le 1^{er} emploi chez les 16-25 ans



59 %

utilisent les réseaux sociaux pour leur orientation



33 %

utilisent les réseaux sociaux pour la recherche du 1^{er} emploi



45%

29%

28%

11%



64%

29%

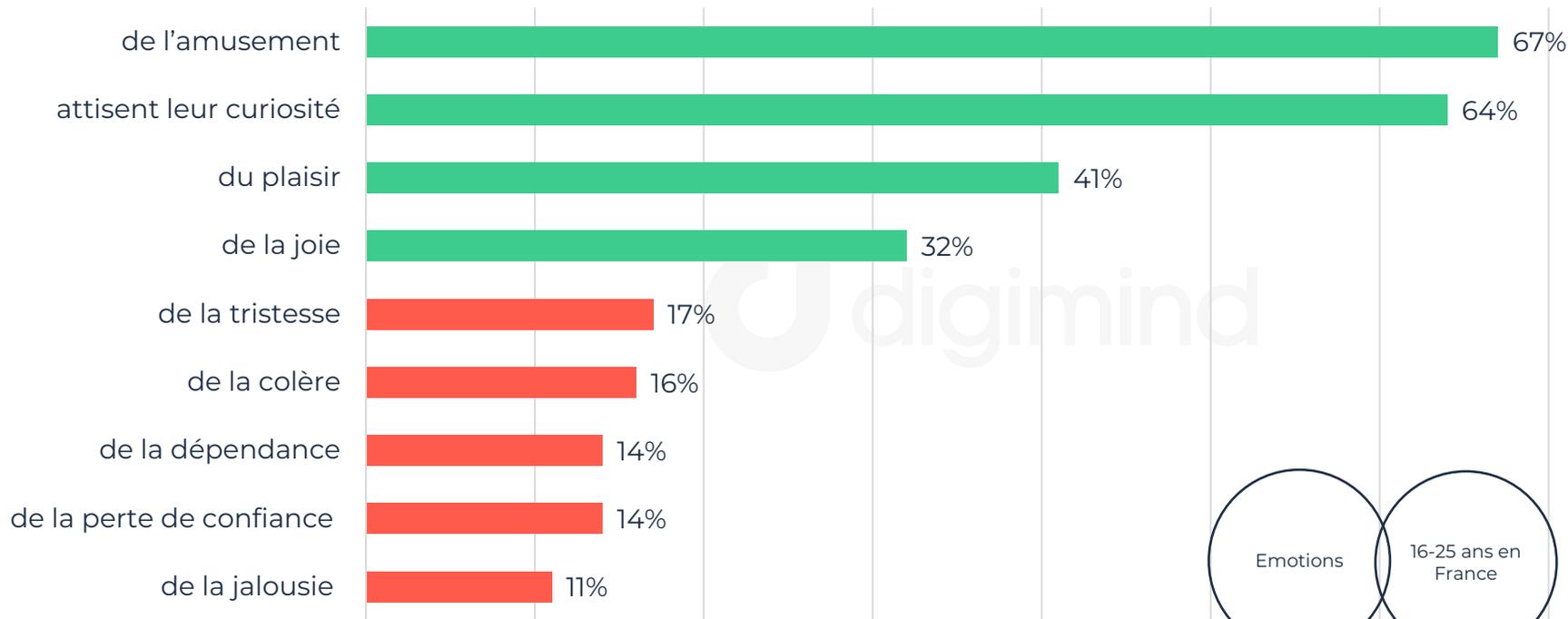
29%

4%

Source : Etude Diplomeo 2022 (3838 jeunes âgés de 16 à 25 ans).



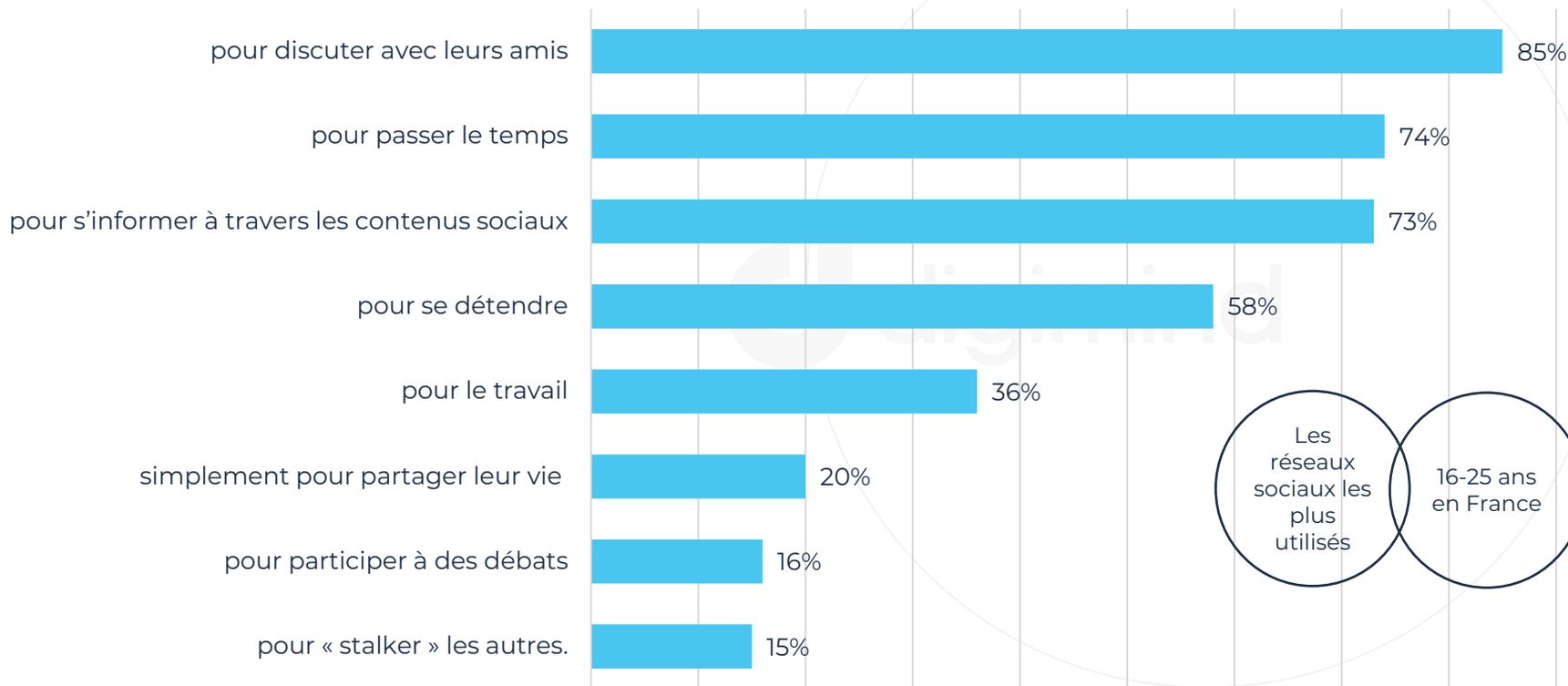
Les émotions associées aux réseaux sociaux par les 16-25 ans en France



Source : Etude Diplomeo 2020 . 4682 jeunes âgés de 16 à 25 ans.



Pourquoi les 16-25 ans utilisent les réseaux sociaux en France



Source : Etude Diplomeo 2020 . 4682 jeunes âgés de 16 à 25 ans.



Les réseaux sociaux utilisés pour travailler chez les 16-25 ans



36% utilisent les réseaux sociaux comme outil de travail dont :



14%



12%



11%

réseaux sociaux
comme
outil de
travail

16-25 ans
en France

Source : Etude Diplomeo 2020 . 4682 jeunes âgés de 16 à 25 ans.



Les Marques et les réseaux sociaux : 15-24 ans vs Ensemble des Français

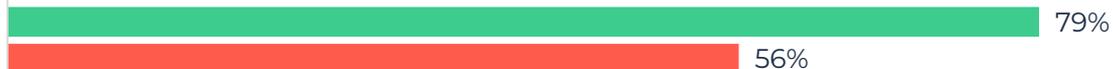


interactions, dialogue

il est capital de pouvoir contacter une marque sur les réseaux sociaux



les réseaux sociaux ont facilité le contact et le dialogue avec les marques



contenus

apprécient globalement les publications de marques sur les réseaux sociaux

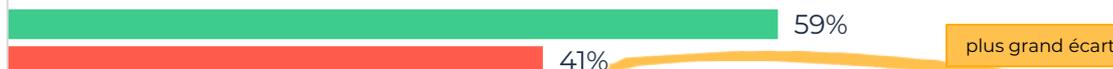


aiment retrouver sur leurs fils d'actualités les publications des marques



publicité

pensent que sur les réseaux sociaux, les vidéos publicitaires attirent davantage votre attention que les autres types de publicités



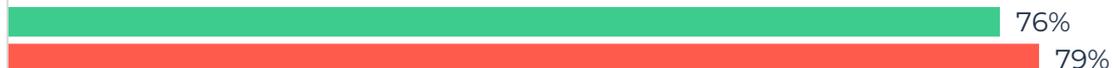
apprécient que les marques utilisent pour leur publicité les formats dédiés aux réseaux sociaux : stories, filtres, emojis



trouvent que la publicité sur les réseaux sociaux est mieux intégrée que sur les sites web ou les applications mobiles.



aimeraient pouvoir choisir et paramétrer le type de publicités qui apparaissent dans leur fil d'actualité



■ 15-24 ans ■ Ensemble français



Source : Étude Harris Interactive internautes français âgés de 15 ans et plus. Social Life 2020 avec l'EBC.



41% des jeunes de 16 à 24 ans privilégient une marque qui communique selon leurs **préférences**

Notamment en matière de canaux :



89,5% eMail, SMS



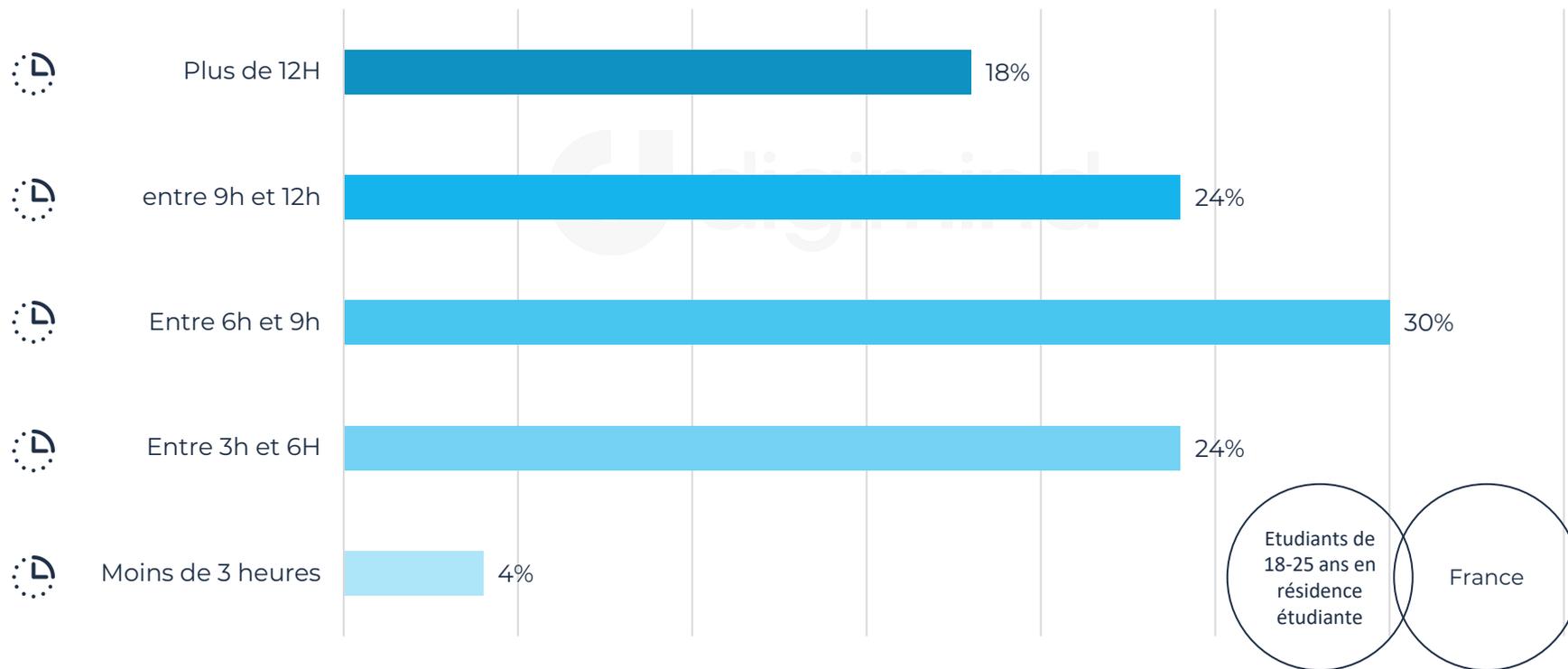
34% Chatbot

29% DM Instagram

Source : Ipsos France pour Twilio mars 2021



Utilisation de l'internet par les étudiants en France. Heures par jour



Source : Etude Wifirst – Internet et les étudiants – avril 2021 – 3586 étudiants



Usages de l'internet par les étudiants en France



Réseaux sociaux, messagerie instantanée

71%



Vidéos

61%



Actualités

56%



Musique

43%



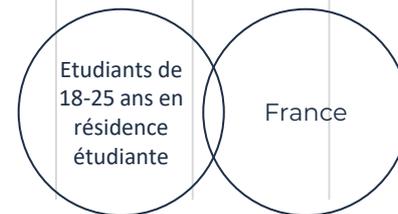
Jeux vidéos

23%



Loisirs

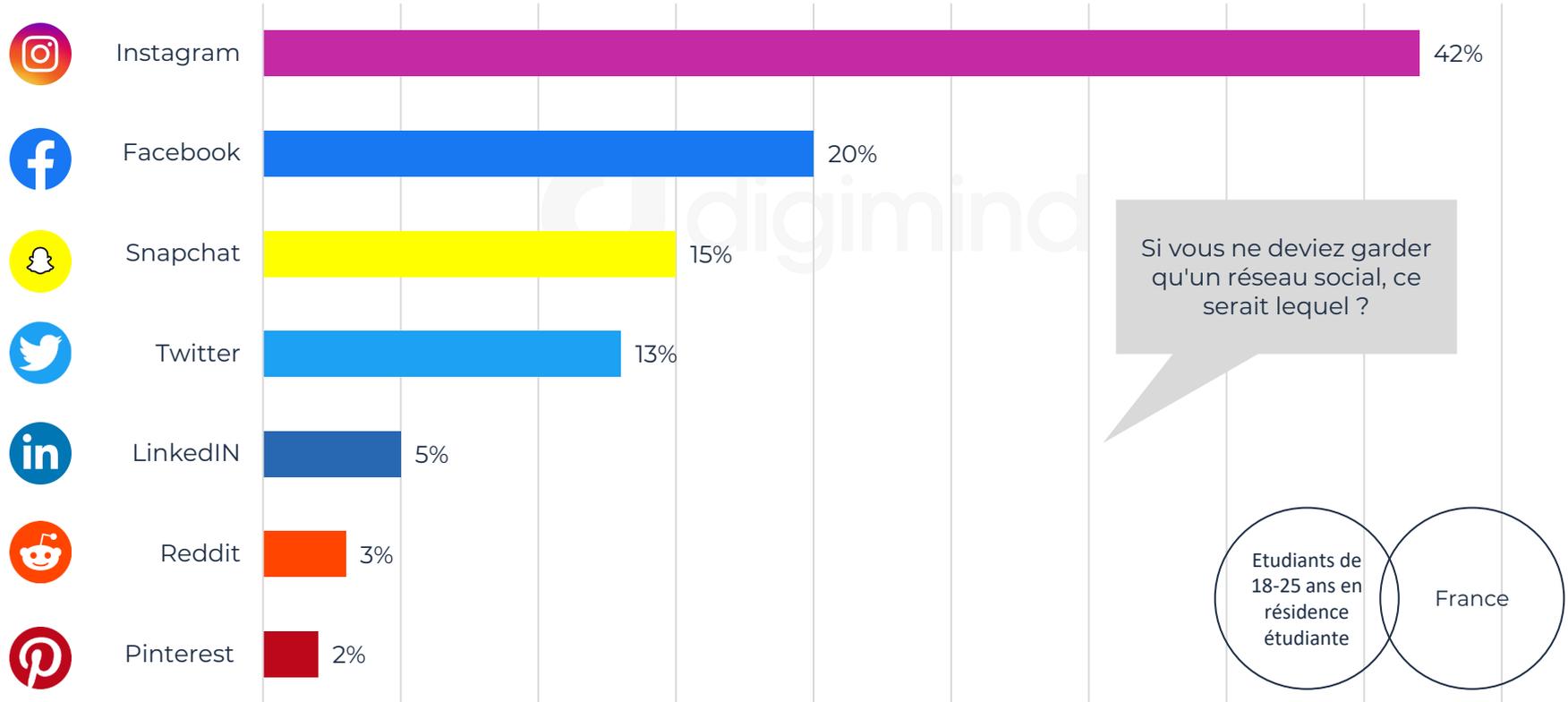
10%



Source : Etude Wifirst – Internet et les étudiants – avril 2021 – 3586 étudiants



Le réseau social ultime pour les étudiants en France



Source : Etude Wifirst – Internet et les étudiants – avril 2021 – 3586 étudiants



Comment les étudiants contactent leurs amis ?



Messenger

31%



WhatsApp

26%



Autre

22%



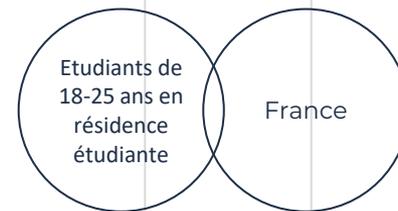
SMS

16%



Appels téléphoniques

5%

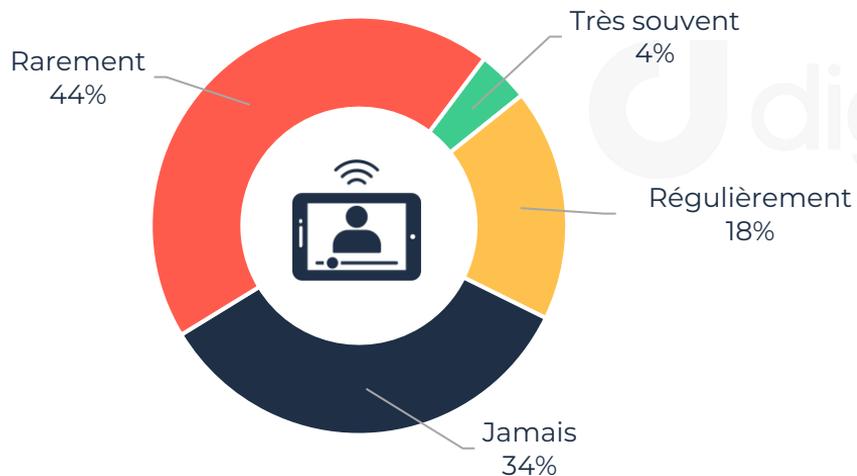


Source : Etude Wifirst – Internet et les étudiants – avril 2021 – 3586 étudiants

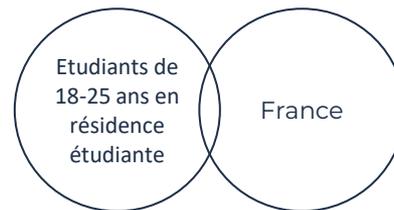
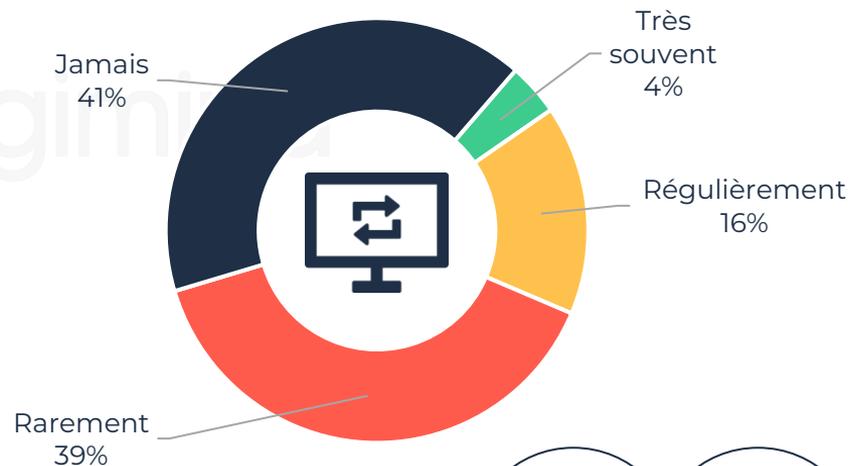




regardez-vous les chaînes TV en direct ?



regardez-vous les chaînes TV en replay ?



Source : Etude Wifirst – Internet et les étudiants – avril 2021 – 3586 étudiants



Jeunes adultes, adolescents et pré-ados : Les autres app. sociales de leurs smartphones



Yelly

Appli française de rencontre pour collégiens, lycéens et étudiants créée en 2021.



Discord

Messengerie Chat et salons pour gamers (au départ). 9^{ème} application sociale la plus téléchargée en 2021 en France. 300 millions d'utilisateurs enregistrés. 10,1 millions VU mensuels (+28% / 2020).



BeReal

Réseau social «authentique» de photos éphémères, créé en 2020. 11^{ème} application sociale des 15-24 ans en VU quotidiens en France en 2021. 2,5 millions d'utilisateurs réguliers



Feels

Appli de rencontre au format Story : l'utilisateur peut visiter des profils et envoyer des « feels ». 100 000 utilisateurs en mai 2021, 1 million en juin 2022.



Yubo

App. d'origine française de livestreaming vidéo pouvant réunir jusqu'à 10 personnes en direct avec Chat, recherche de communautés et un système de swipe à la Tinder. 60 millions d'utilisateurs dont 20 en France en 2022. 99% entre 13 et 25 ans. La France est le 3^{ème} marché de l'appli.



Telegram

Application de messagerie instantanée sécurisée hébergée dans un cloud. L'app. est utilisée pour combler les problèmes de confidentialité des données de WhatsApp (Meya) et ce même par les moins de 13 ans



Reddit

6^{ème} application sociale utilisée par les étudiants en France, Reddit est une plateforme communautaire d'origine US, de discussion et d'actualités sociales.



Plato

App. de mini-jeux multijoueur (plus de 30) pour se positionner dans les meilleurs du classement. Groupe jusqu'à 100 amis pour jouer et discuter. Parmi le top des applications des 11-12 ans. 5 millions de téléchargements en 2021.



Zenly

Carte sociale sur laquelle on peut voir ses connaissances et se recommander des lieux de sortie. Très populaire en Russie. 35 millions d'utilisateurs actifs par mois. 10^e place des applications sociales les plus téléchargées en mars 2022



Jeunes adultes, adolescents et pré-ados : Les autres app. sociales de leurs smartphones



Zepeto

App. de métaverse pour explorer un monde virtuel avec des avatars . 250 millions d'utilisateurs dans le monde dont 70% de femmes



Hoop

Appli française mixant des fonctionnalités de Tinder et de Snapchat. Plus de 3 millions de téléchargements en 2020.



Bigo Live

Messengerie instantanée et par vidéo chat. 250 000 utilisateurs actifs mensuels en France



The Sorority

Application d'entraide entre personnes victimes de harcèlement sexiste



Azar

Appli de type « Chatroulette » qui permet de rencontrer aléatoirement des utilisateurs du monde entier à l'aide d'un chat audio et vidéo. 100 millions d'inscrits en 2020.



Badoo

Plateforme de rencontres. 510 millions d'inscrits . Plateforme la plus populaire en Russie, en Turquie et en Afrique du Sud.



Likee

Application de création et de partage de courtes vidéos

Et aussi...



Famileo



Walkie Talkie



Hily



Pandalive



Facebook Lite



FindNow



Frimake



Playsee



CocoChat



NGL



Telegram X



Flashtape



JustLo

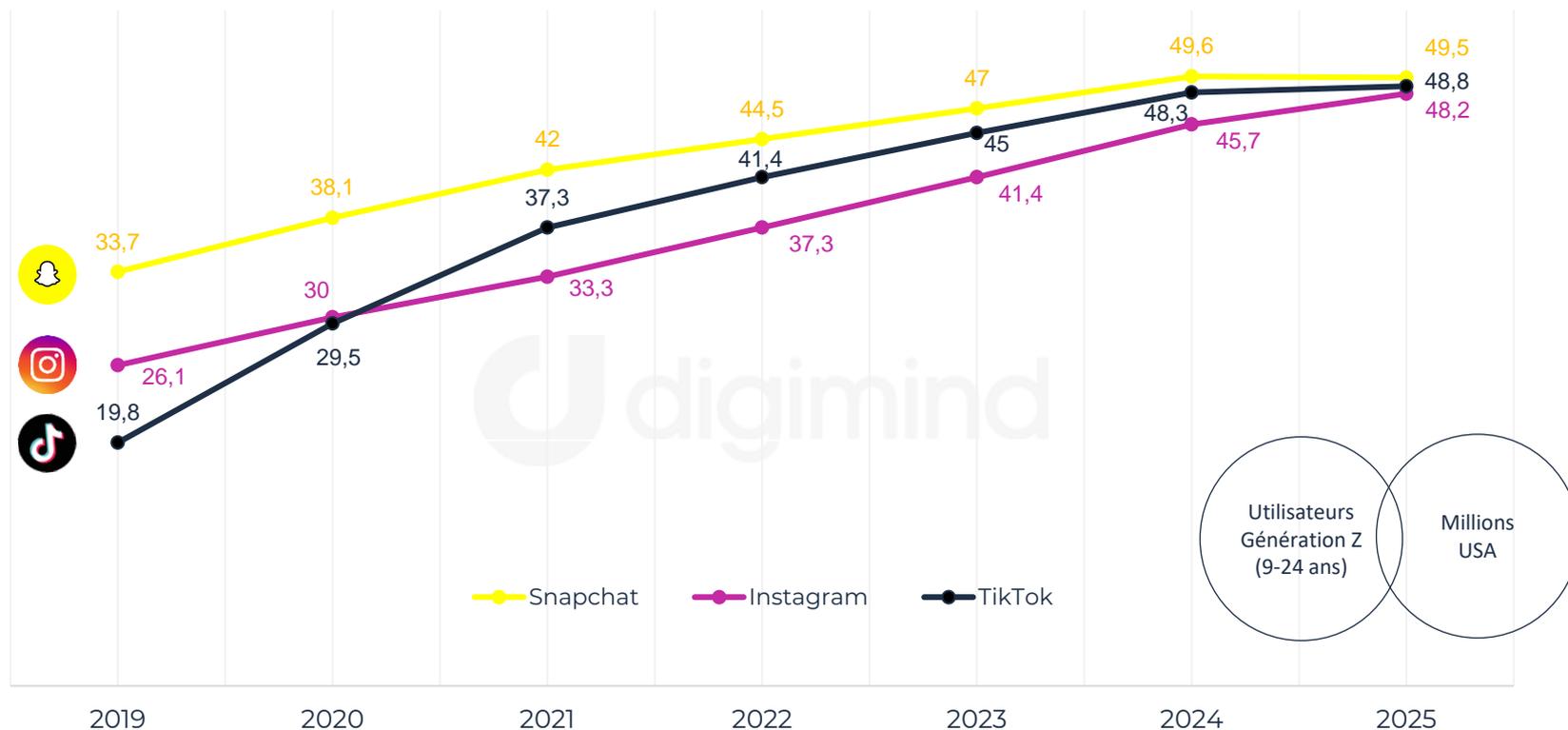


Lovoo



Plink

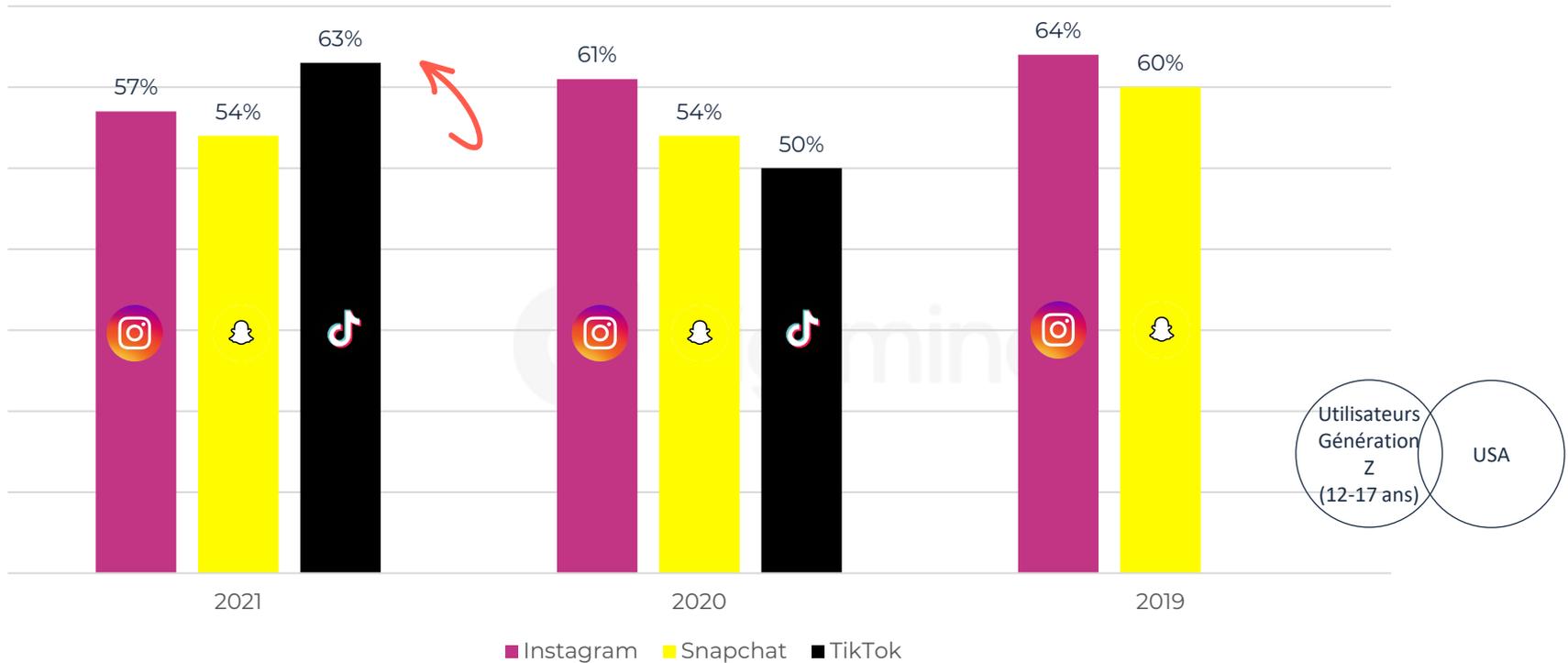
Utilisateurs Gen. Z TikTok, Snapchat, Instagram. 2019-2025. Prévisions (USA)



Source : Insider Intelligence "In 2023, TikTok will surpass Snapchat in total US users " . Mai 2021.



Utilisateurs hebdomadaires Gen.Z pour TikTok, Snapchat, Instagram. 2019-2021. USA



Source : Forrester Analytics Consumer Technographics® US Youth Survey, 2021, 2020 et 2019



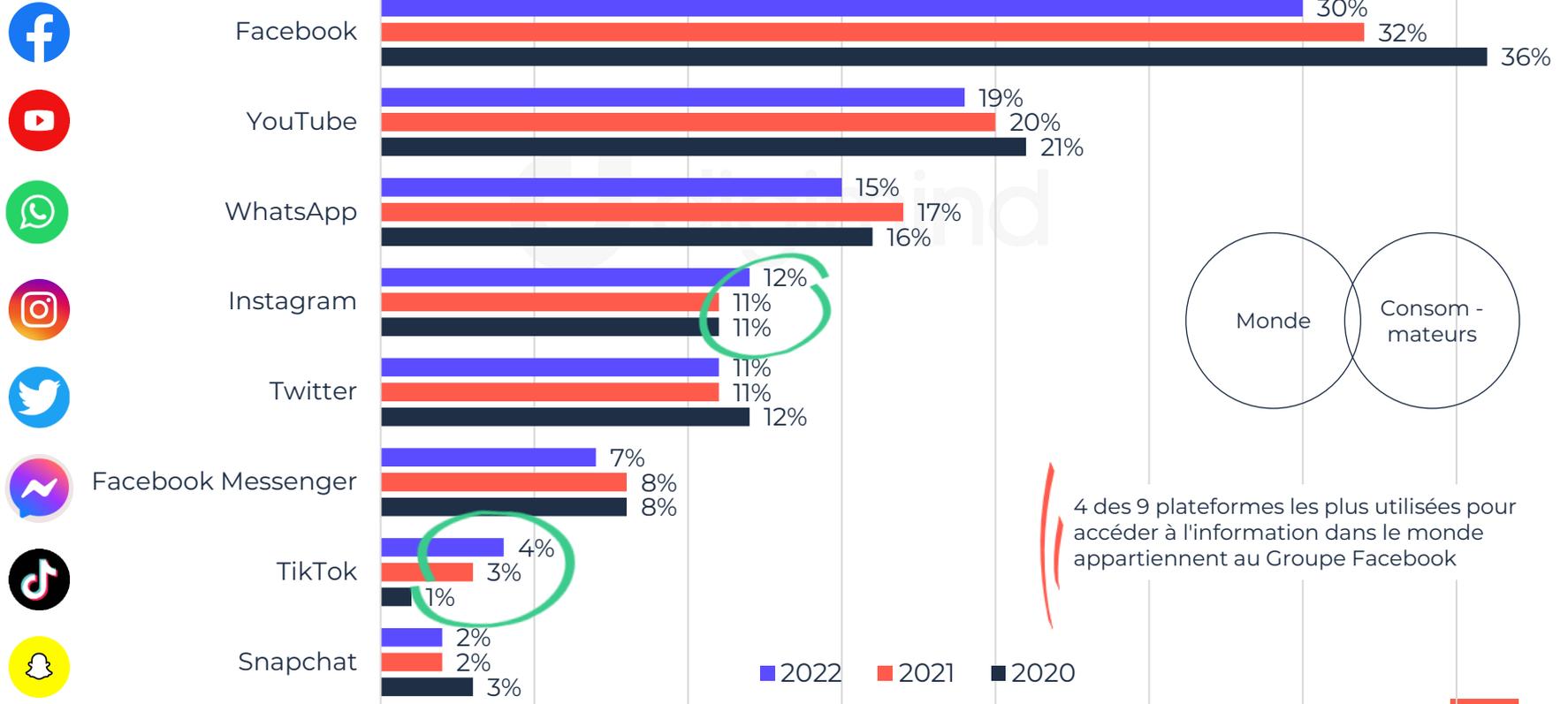


Focus

Les réseaux sociaux et
l'accès à l'information



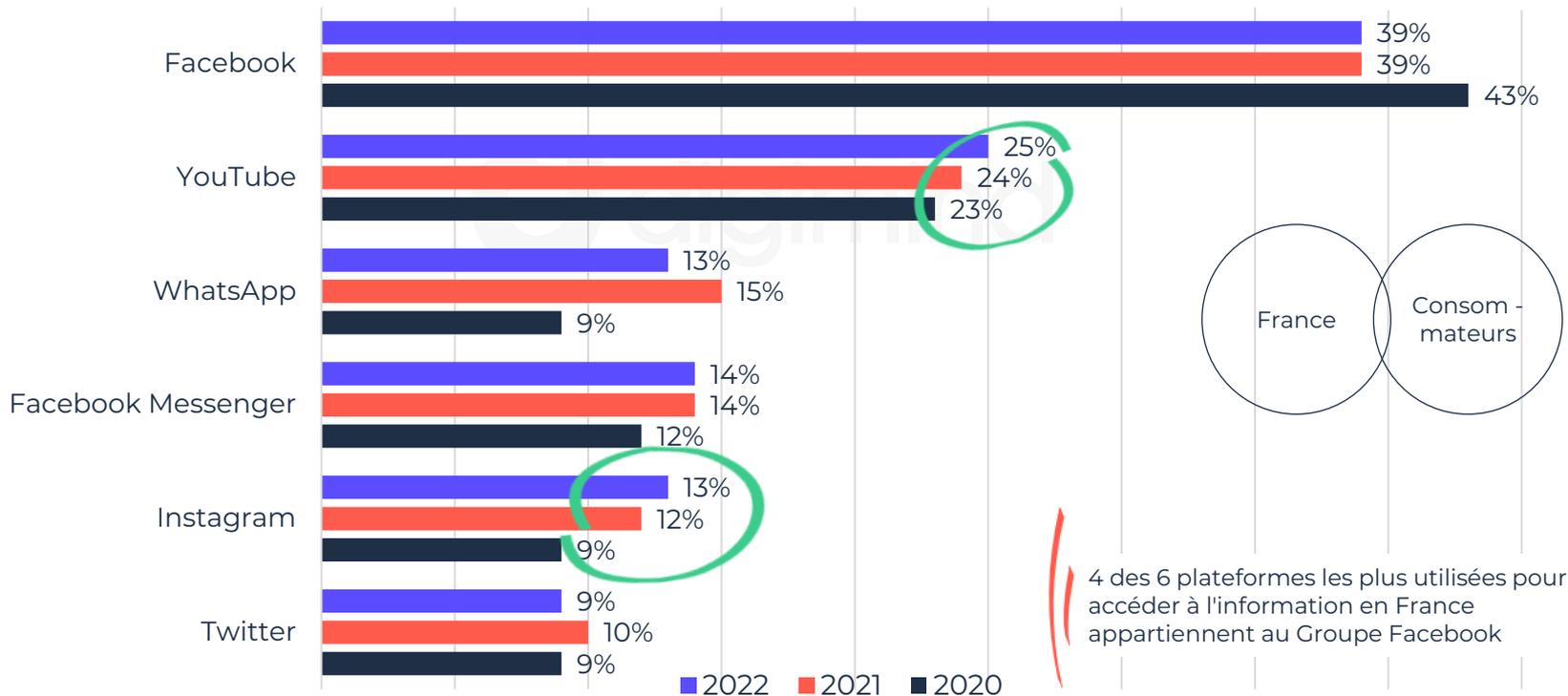
Les réseaux sociaux et messageries utilisés pour accéder à l'information. Monde.



Source : Reuters Institute for the study of Journalism - Digital News Report 2020-2021-2022



Les réseaux sociaux et messageries utilisés pour accéder à l'information en France



Source : Reuters Institute for the study of Journalism - Digital News Report 2020-2021-2022



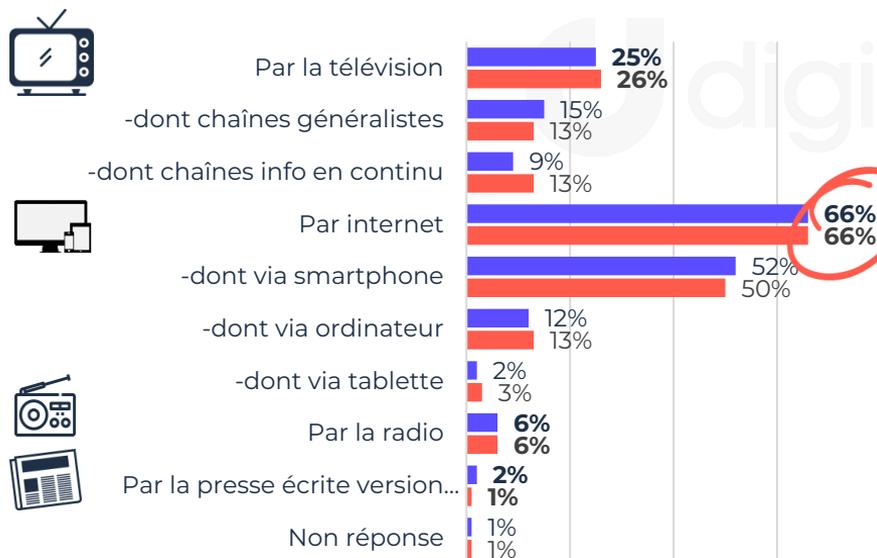
Une rupture des usages dans l'accès à l'information selon l'âge. 2021-2022



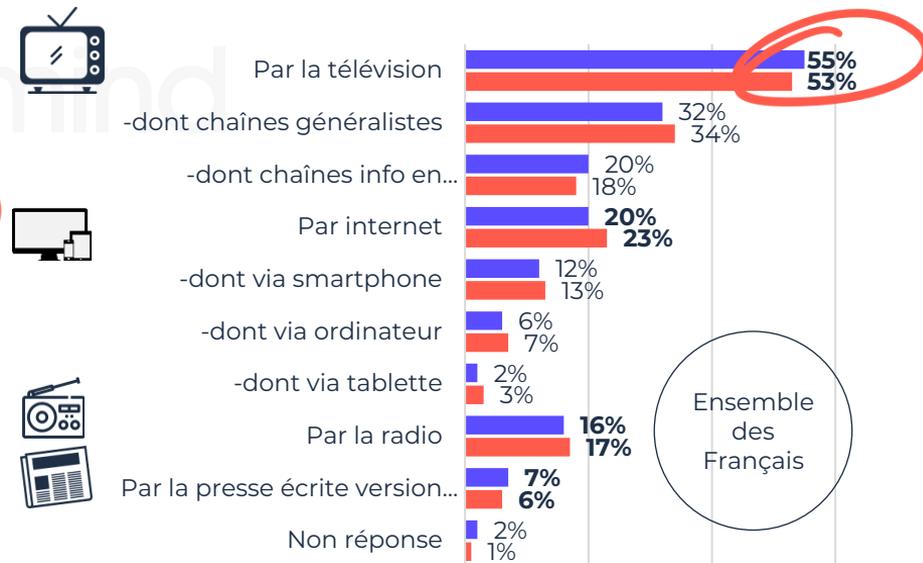
En général, par quel moyen êtes-vous d'abord informé de l'actualité nationale ou internationale ?

Moins de 35 ans

■ 2022 ■ 2021



35 ans et plus



Ensemble des Français

Baromètre Kantar Public Onepoint pour La Croix - janvier 2021 - janvier 2022



Les sources d'informations sur Internet 2021-2022



Les réseaux sociaux (comme Twitter ou Facebook par exemple)



Les sites Internet ou applications mobiles des titres de la presse écrite



Les sites Internet ou applications mobiles des chaînes de télévision ou des stations de radio



D'autres sites Internet



Les sites d'informations uniquement sur Internet (comme Médiapart...)



Non réponse



■ 2022 ■ 2021

sur Internet, quelle est votre principale source d'informations ?

Ensemble des Français





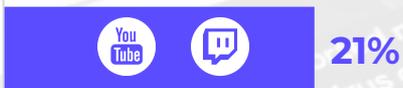
Ensemble des Français

Moins de 25 ans

s'informent avec les réseaux sociaux



s'informent via des sites de streaming comme YouTube ou Twitch

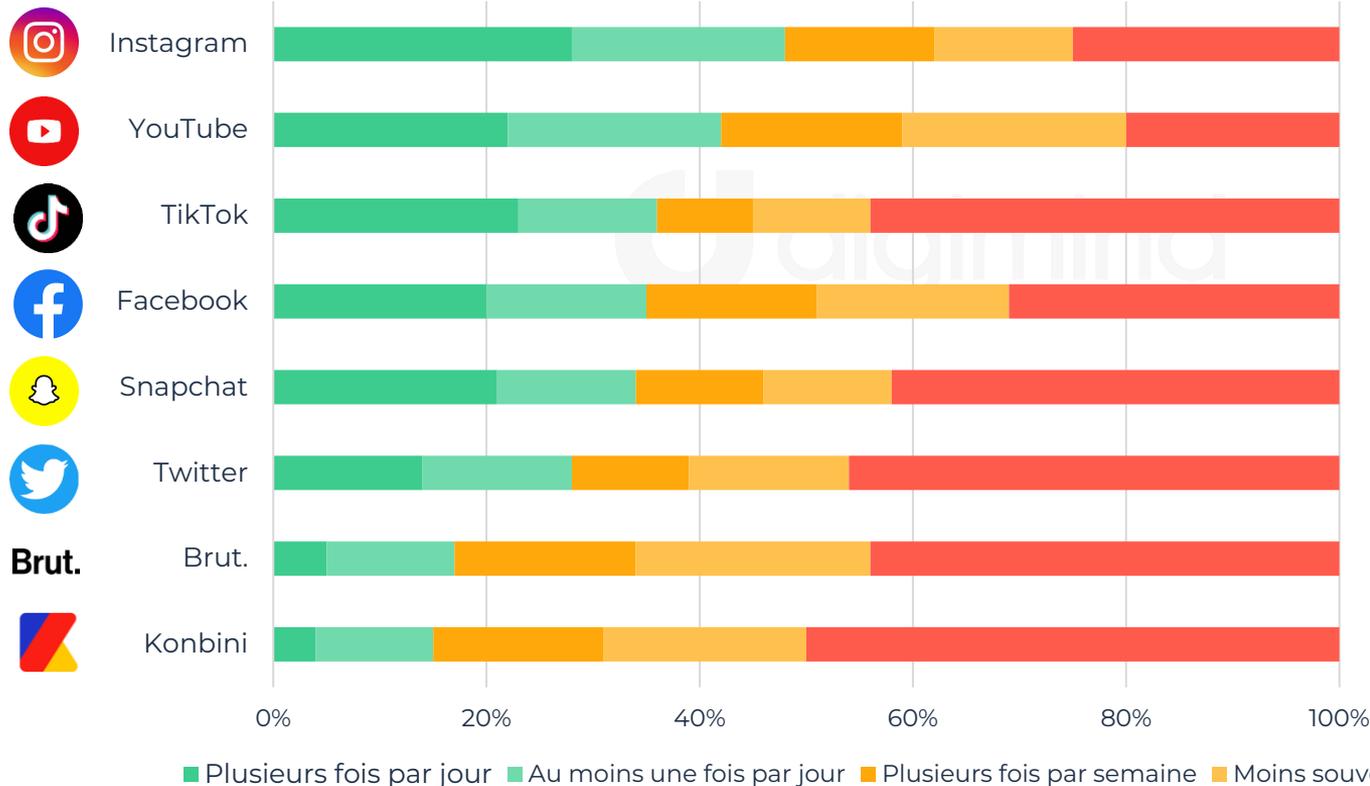


40%

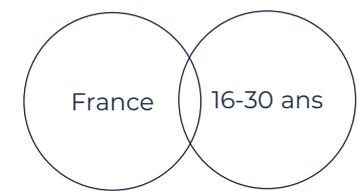
s'informent par des médias uniquement digitaux (Mediapart, Brut...).



Les réseaux sociaux et médias en ligne utilisés pour s'informer en France. 16 -30 ans



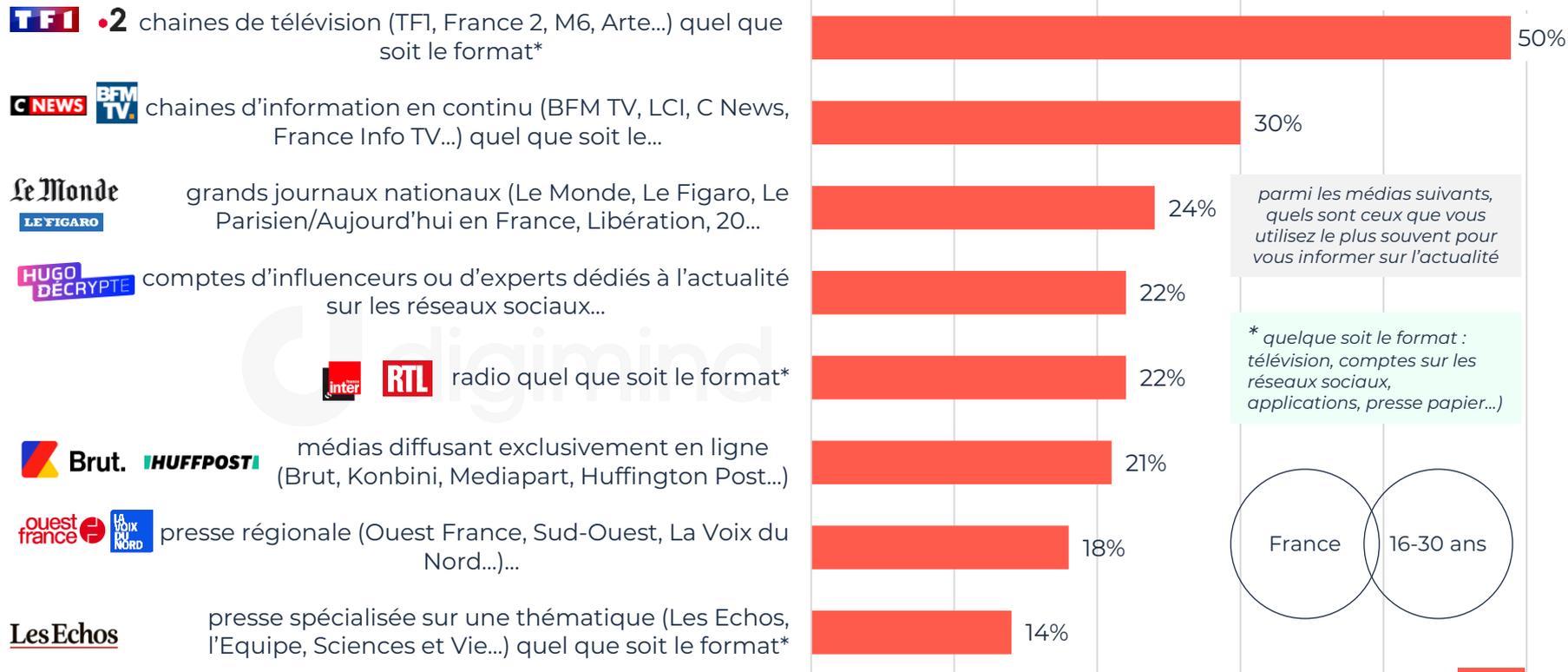
Pour chacune des sources d'informations suivantes, diriez-vous que vous les utilisez pour vous informer sur l'actualité



Source : Etude Ipsos – Le rapport des jeunes à l'information – Médias en Seine – Novembre 2022. Echantillon : 1000



Les supports d'information préférés pour suivre l'actualité. 16-30 ans



Source : Etude Ipsos – Le rapport des jeunes à l'information – Médias en Seine – Novembre 2022

Les réseaux sociaux utilisés pour s'informer chez les 16-25 ans



73% utilisent les réseaux sociaux pour s'informer
dont :



36%



29%



28%



Source : Etude Diplomeo 2020 . 4682 jeunes âgés de 16 à 25 ans.



Qui a le "pouvoir" sur l'information pour les 18-30 ans

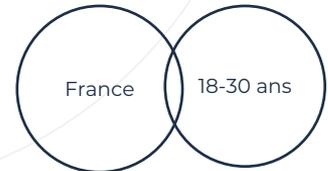


67%

Pour **67%** des jeunes, les réseaux sociaux ont plus de pouvoir que **les médias** (33%) sur la façon dont les citoyens sont informés



33%



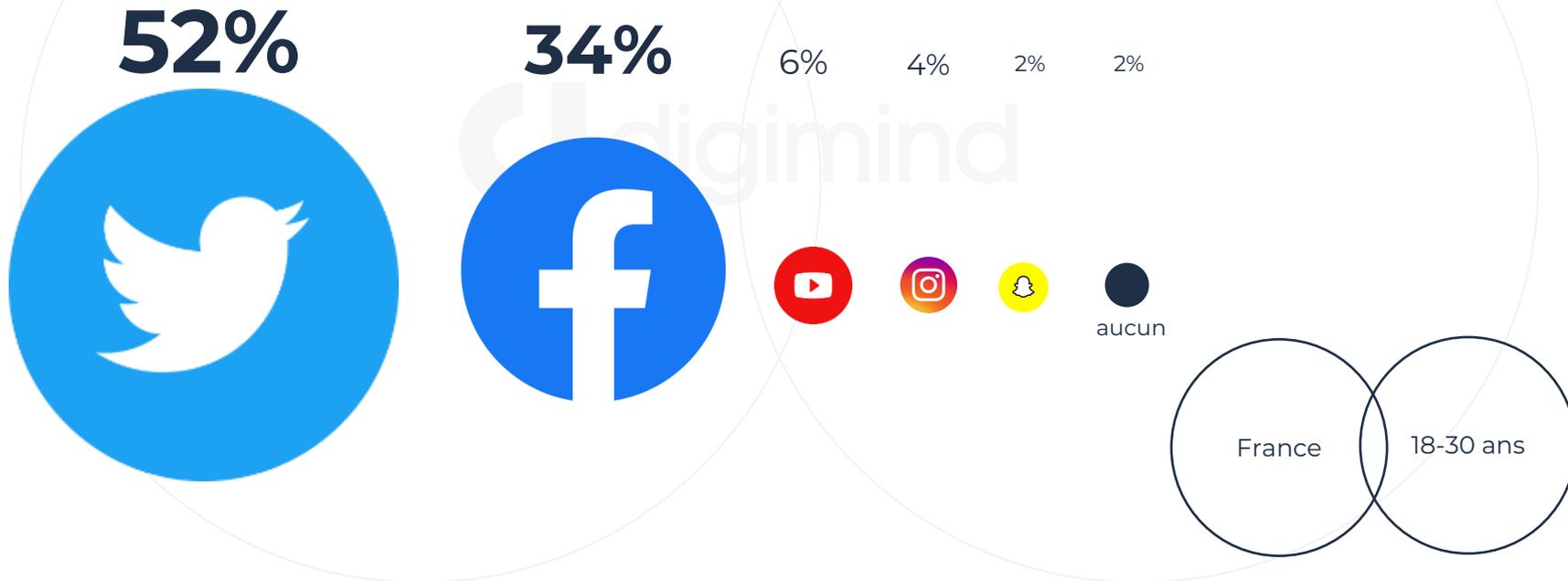
Source : #MoiJeune 20 Minutes - OpinionWay 2020



Les réseaux sociaux qui ont le plus de "pouvoir" sur l'information pour les 18-30 ans



Quel réseau social a le plus de pouvoir sur l'information selon toi ?



Source : #MoiJeune 20 Minutes - OpinionWay 2020



Le regard des jeunes sur les réseaux sociaux comme source d'information



28%
18-24
ans

font plus confiance à une **information relayée sur les réseaux sociaux** qu'à ce qu'ils trouvent dans les médias.

47%
18-24 ans

pensent qu'avec les réseaux sociaux, il est de **moins en moins nécessaire de consulter** directement les sites de médias en ligne.



Source : Etude Viavoice pour Le JDD, France TV et Radio France - février 2019



Focus

6 réseaux sociaux en Chiffres



Social media



Facebook



Instagram



TikTok



Twitter



LinkedIn

Tous les
chiffres
en détail
sur le blog

LinkedIn



+810 millions de membres
CA 2021 : 10,3 milliards



+23 millions de membres

47,4%



52,6%



840 000 entreprises



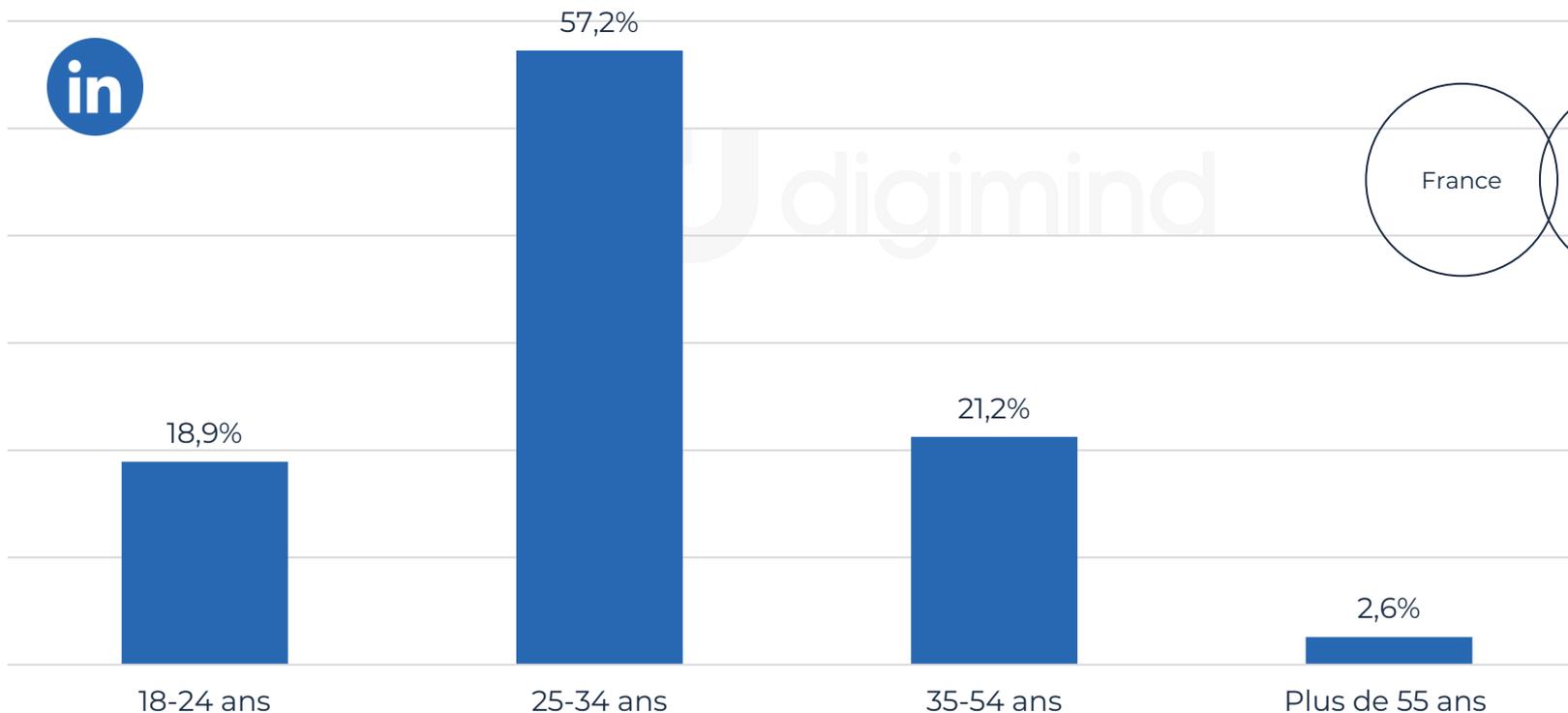
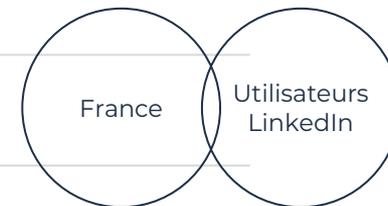
Sources : LinkedIn Corp. 2021-2022 Newsroom –Earnings Release FY21 Q4 FY22 Q2 - LinkedIn campaign manager- Audience cible France 2021



Démographie : Age des utilisateurs de LinkedIn en France



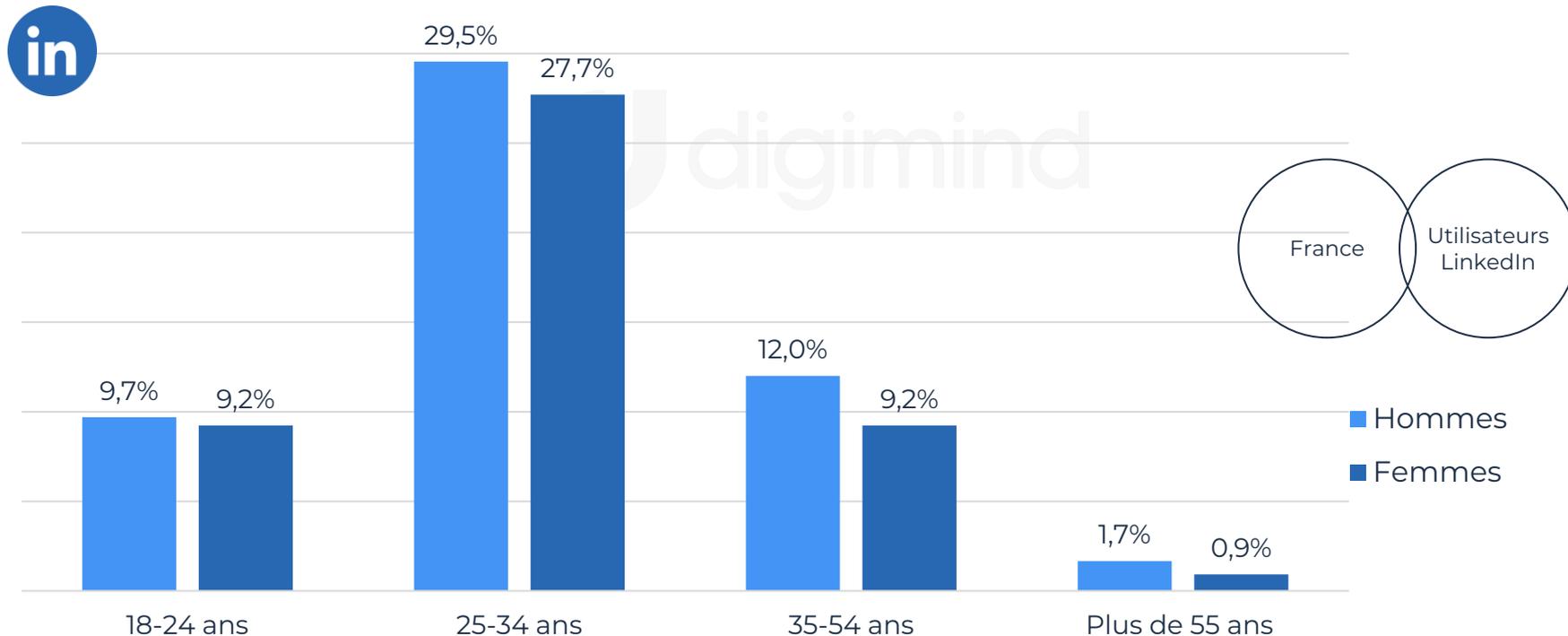
digimind



Source Extrapolation données LinkedIn campaign manager- Audience cible France février 2022



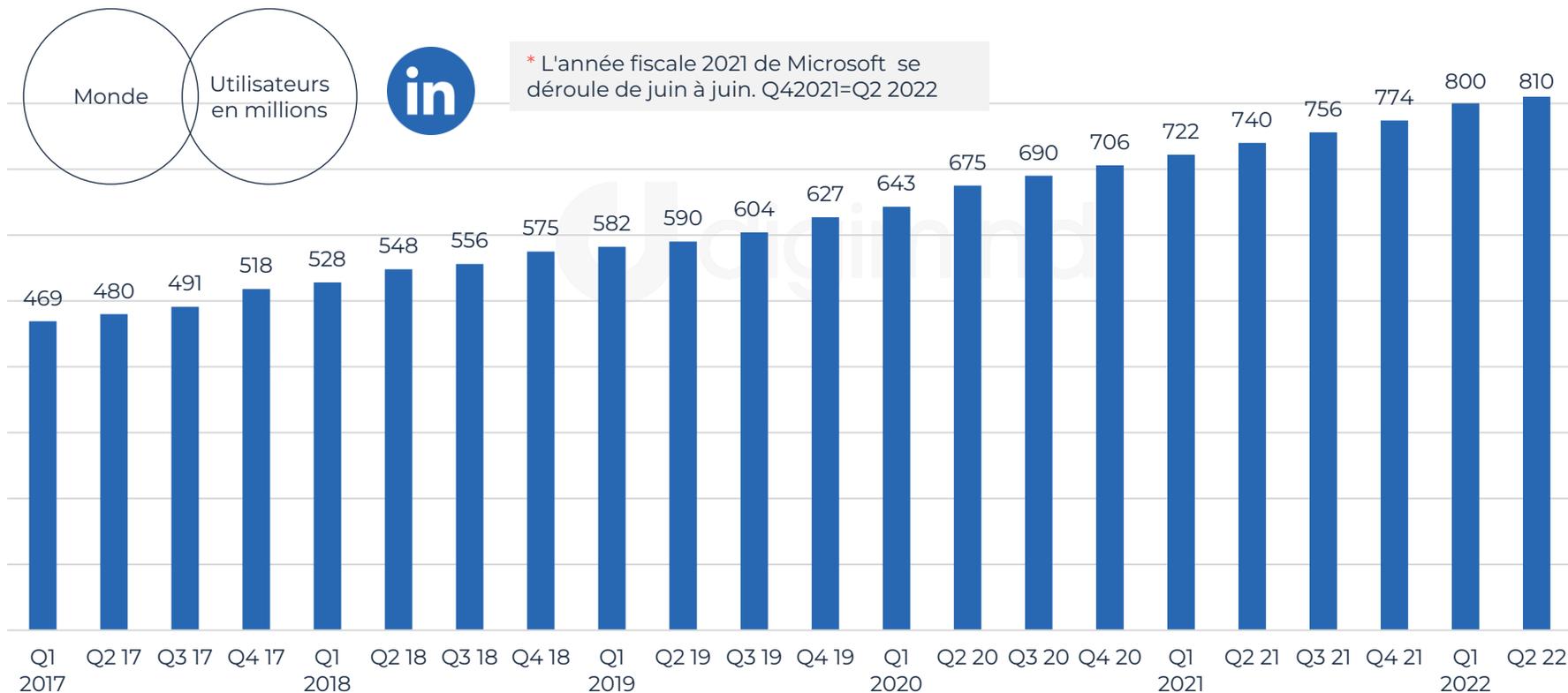
Démographie : Age et genre des utilisateurs de LinkedIn en France



Source Extrapolation données LinkedIn campaign manager- Audience cible France février 2022



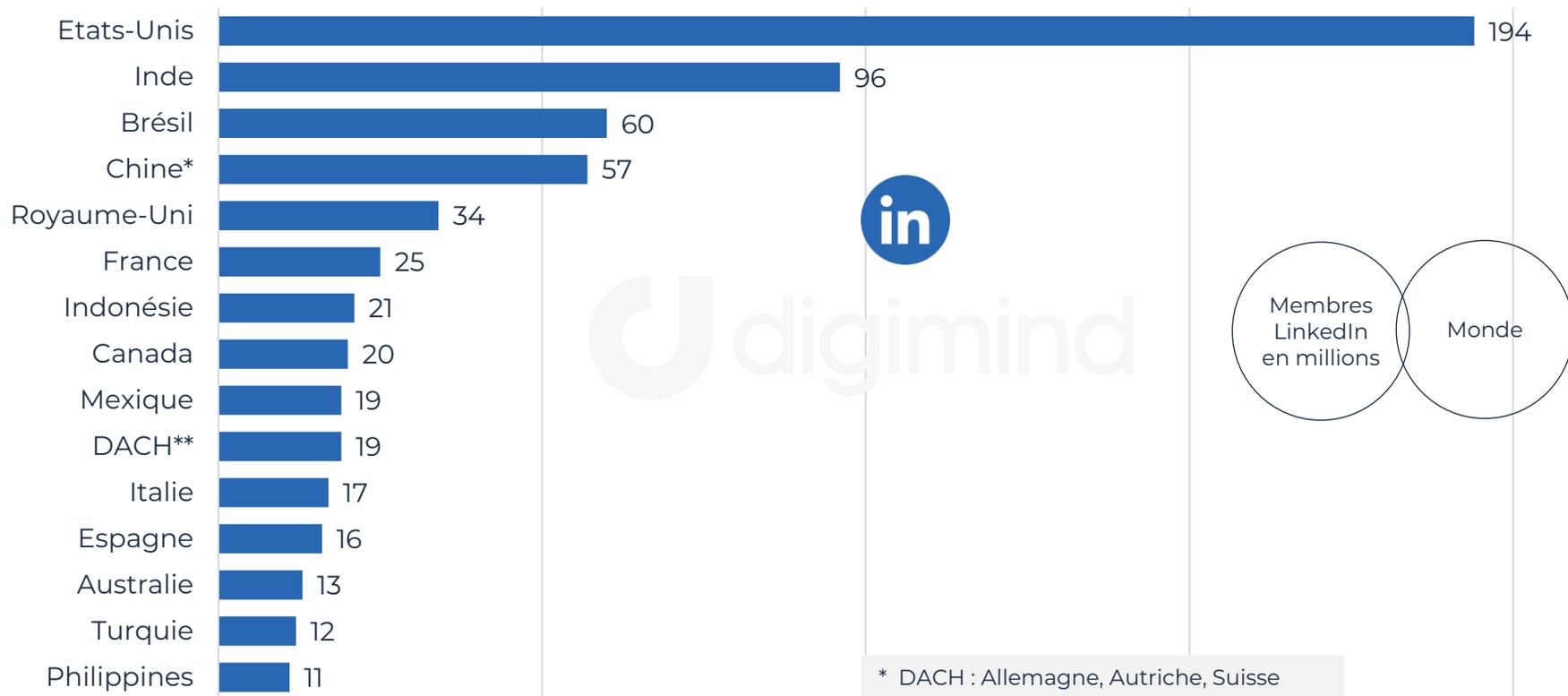
Evolution des membres de LinkedIn dans le monde par trimestres * (2017-2021)



Source Quarterly Earnings Release Microsoft – 2017-2022



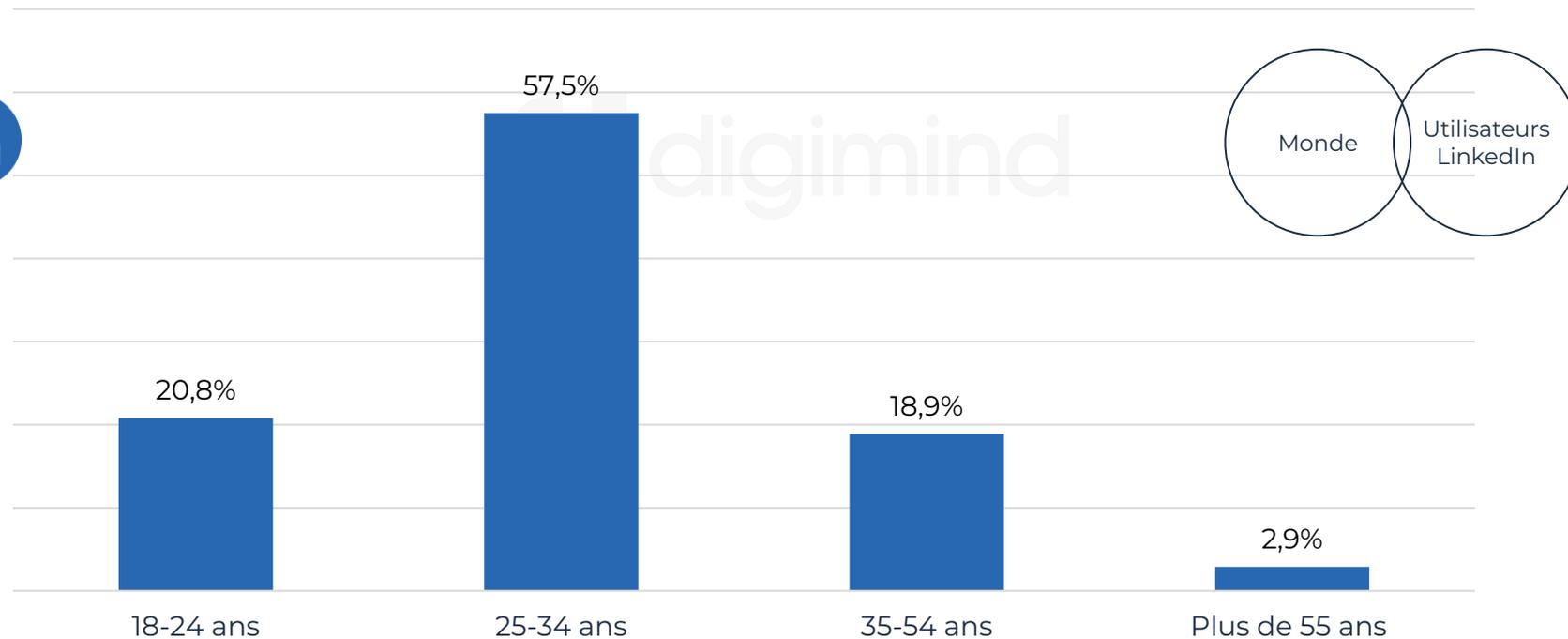
Le top 15 des pays comptant le plus de membres sur LinkedIn.



Source : LinkedIn Press room - Corporate Communications – oct 2022 - * Activité limitée depuis décembre 2021 – InCareer remplace LinkedIn



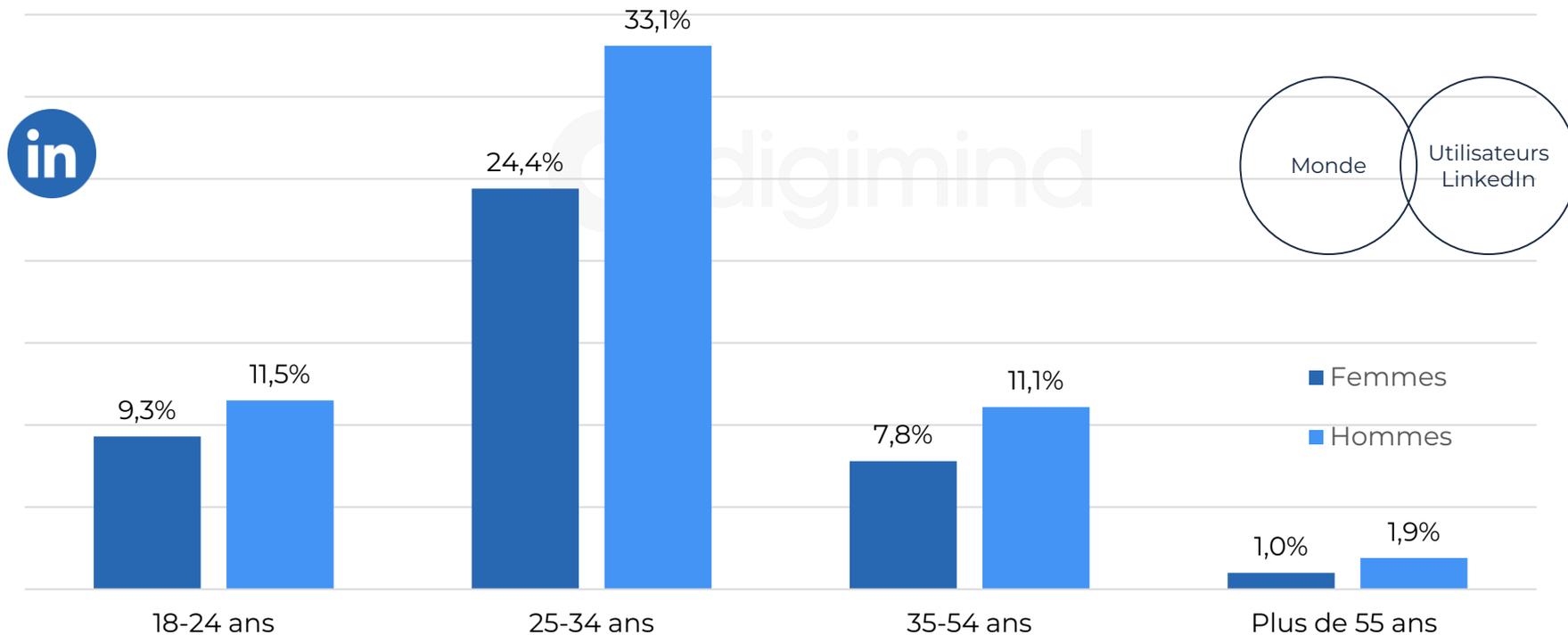
Démographie : Age des utilisateurs de LinkedIn dans le Monde



Source Extrapolation données LinkedIn campaign manager- WeAreSocial Audience cible octobre 2022



Démographie : Age et genre des utilisateurs de LinkedIn dans le Monde



Source Extrapolation données LinkedIn campaign manager- WeAreSocial - Audience cible octobre 2022



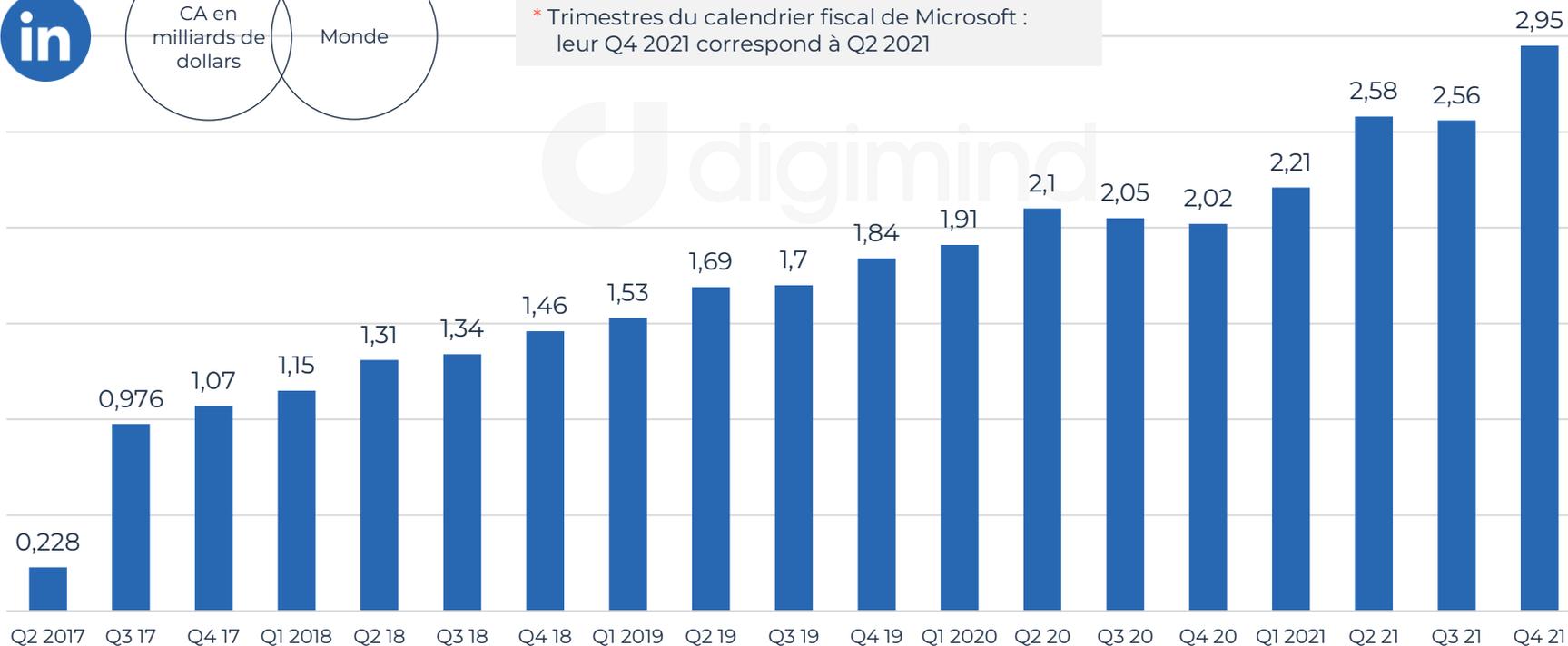
Chiffre d'affaires trimestriel * de LinkedIn (2017-2021)



CA en
milliards de
dollars

Monde

* Trimestres du calendrier fiscal de Microsoft :
leur Q4 2021 correspond à Q2 2021



Source Quarterly Earnings Release Microsoft – GeekWire – B Q



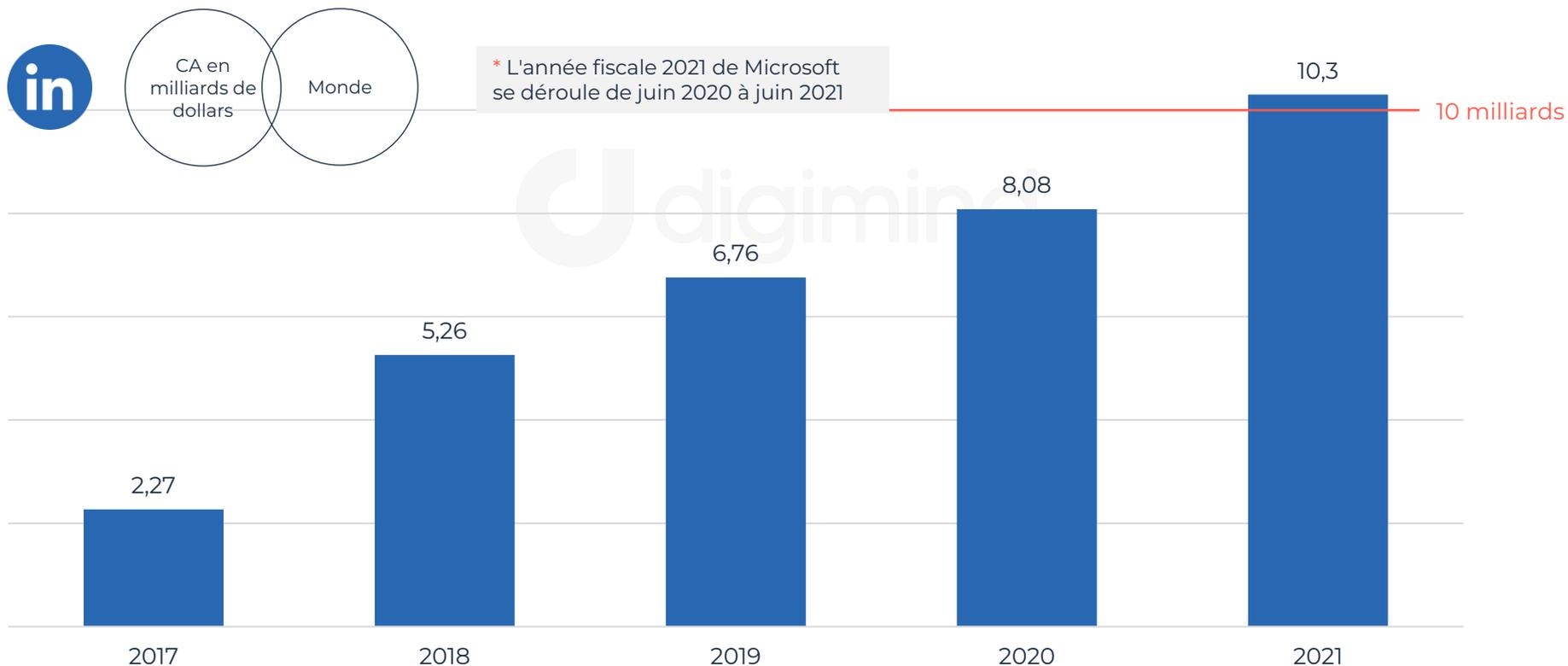
Chiffre d'affaires annuel * de LinkedIn (2017-2021)



CA en
milliards de
dollars

Monde

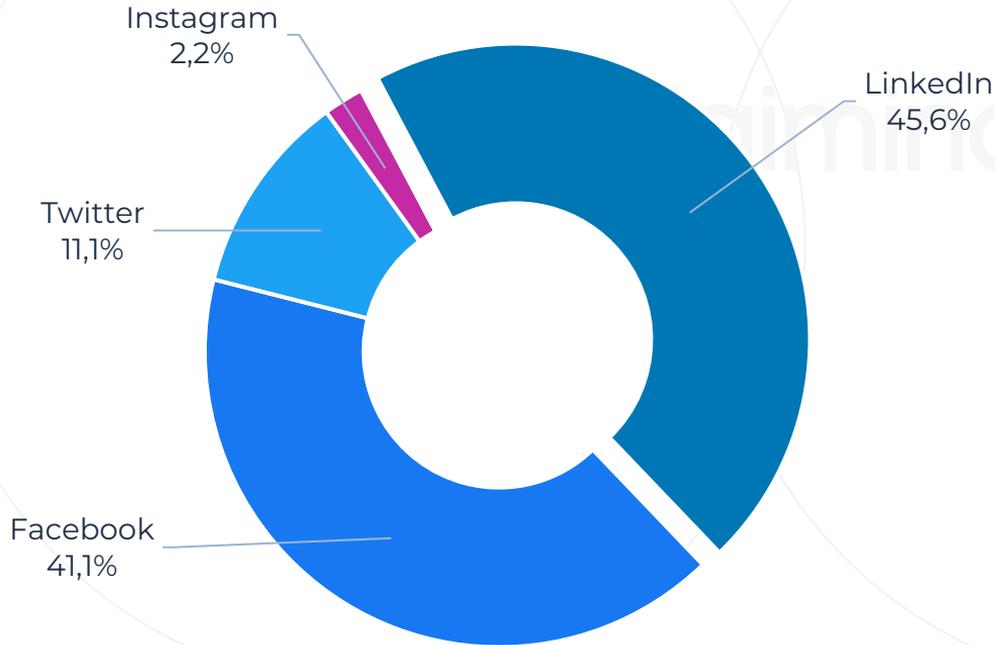
* L'année fiscale 2021 de Microsoft se déroule de juin 2020 à juin 2021



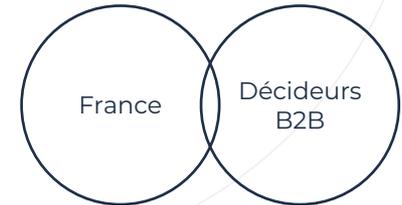
Source Quarterly Earnings Release Microsoft – GeekWire – B Qwant



Social Selling : LinkedIn est le plus incitatif à l'achat pour les décideurs B2B



Sur quel réseau avez-vous découvert le contenu qui a mené à un achat ?



Source : Baromètre Social Selling 2020 | Intuiti & La Poste Solutions Business. Décideurs B2B



Twitter



217 millions d'utilisateurs actifs journaliers monétisables

CA 2021 5,07 milliards pertes 221,4 millions



12,8 millions d'utilisateurs actifs mensuels

33,5%



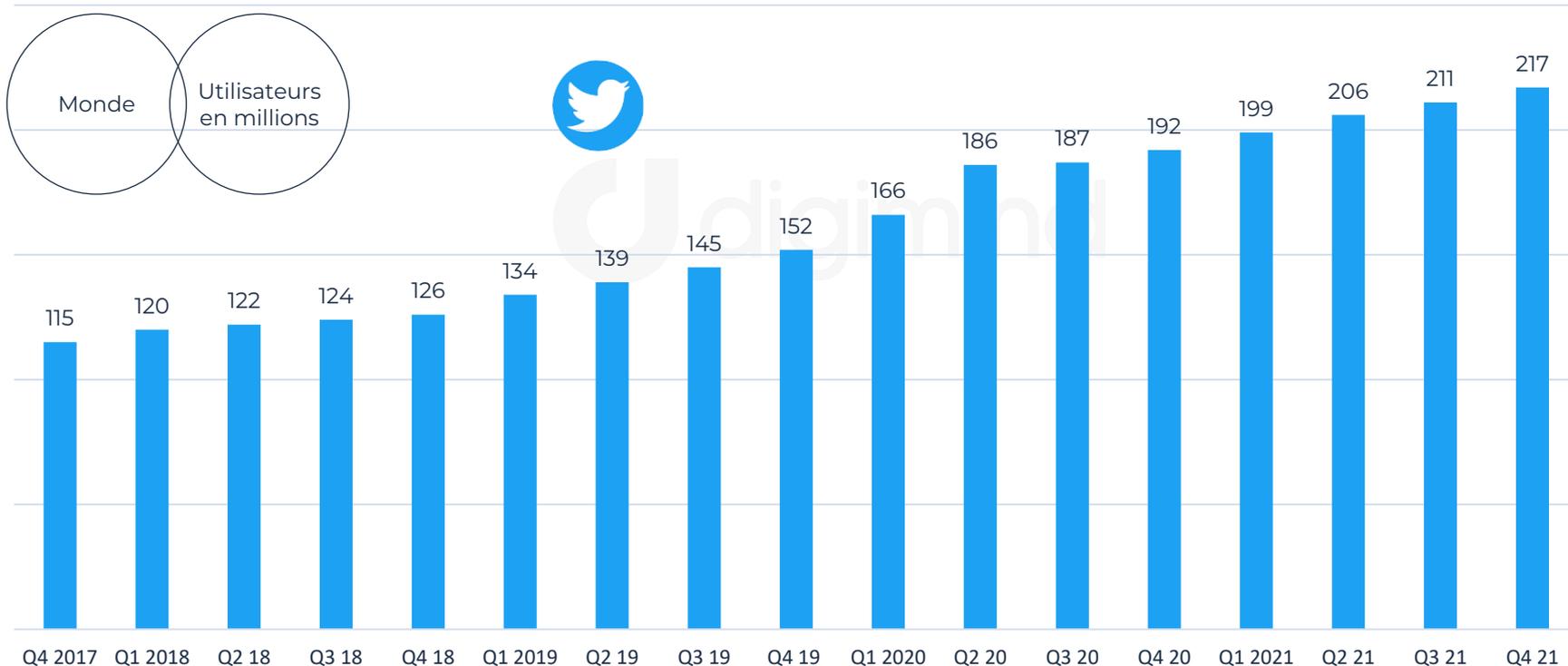
66,5%



25% de 25-34 ans



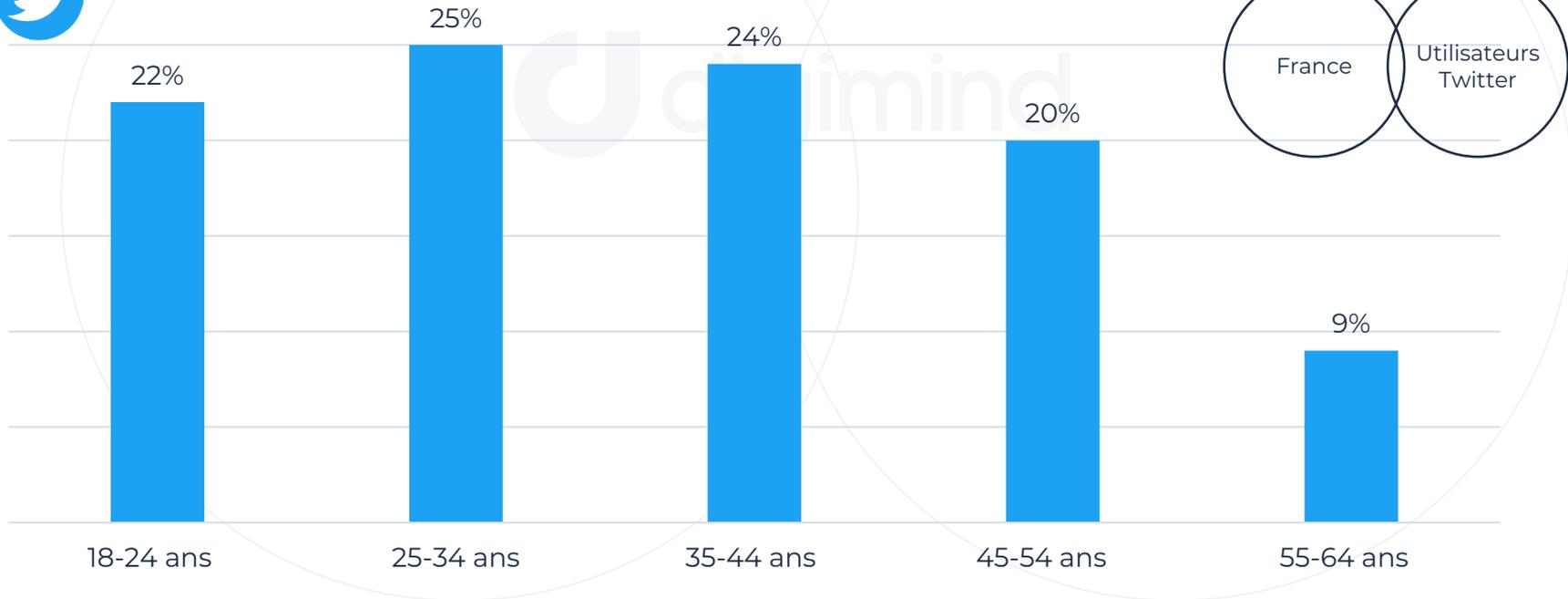
Utilisateurs quotidiens actifs monétisables de Twitter 2017-2021 (mDAUs)



Source : Twitter, Inc, quarterly fact sheets - Letter to Shareholders



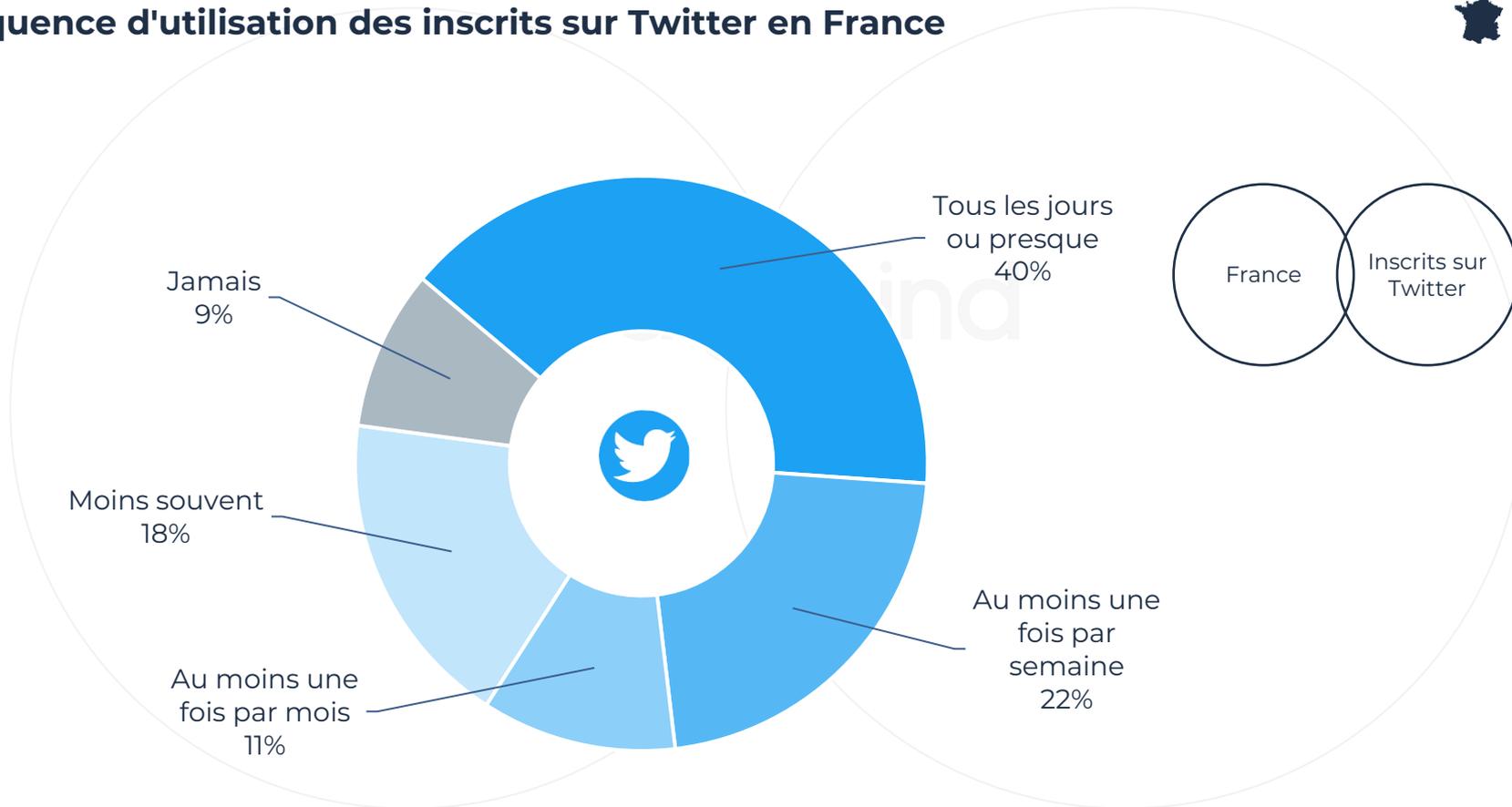
Démographie : Age des utilisateurs de Twitter en France



Source : Statista - Twitter brand report in France 2020 - Global Consumer Survey



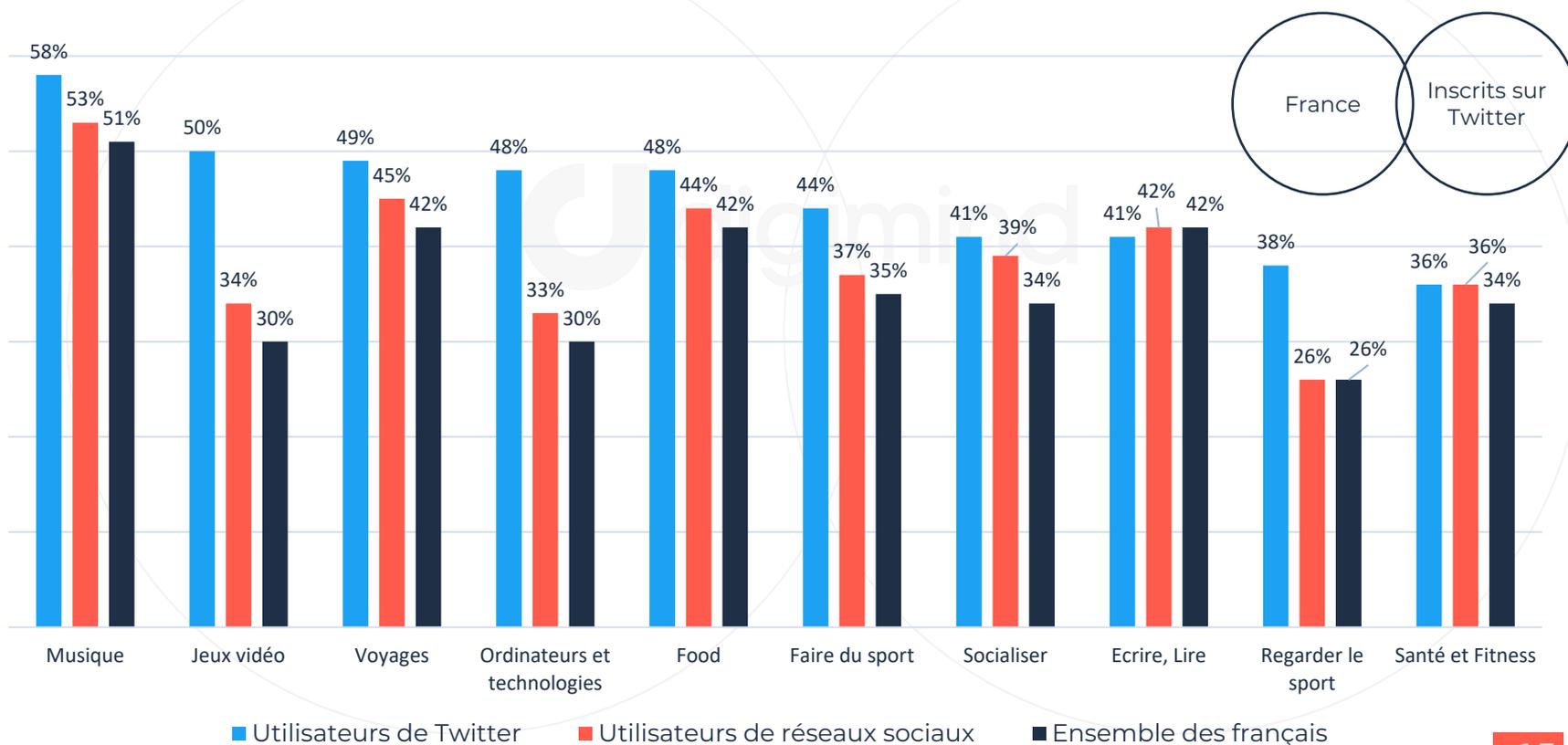
Fréquence d'utilisation des inscrits sur Twitter en France



Source : Etude IFOP-Les Français et Twitter - 2019



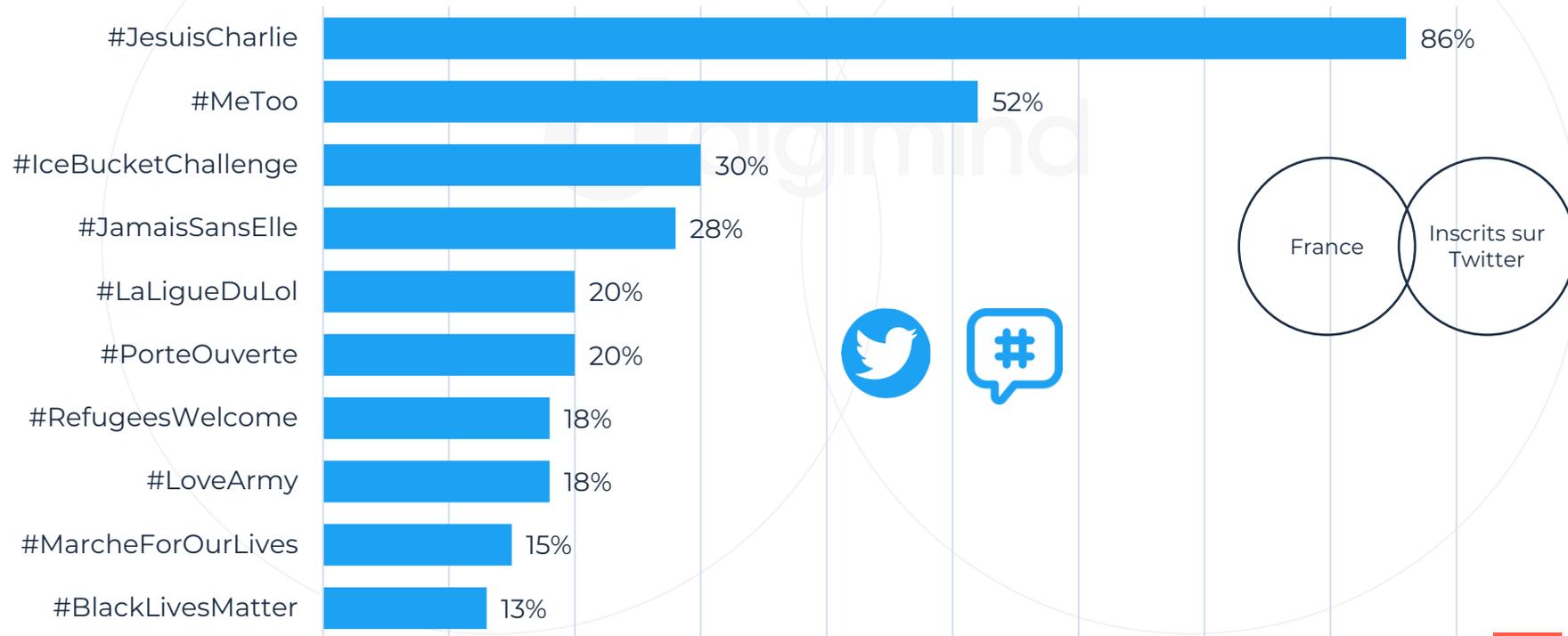
Les principaux centres d'intérêts des utilisateurs de Twitter en France



Source : Statista - Twitter brand report in France 2020 - Global Consumer Survey



Les hashtags qui ont le plus marqué les Français depuis 2015, en tant que symbole d'un mouvement collectif



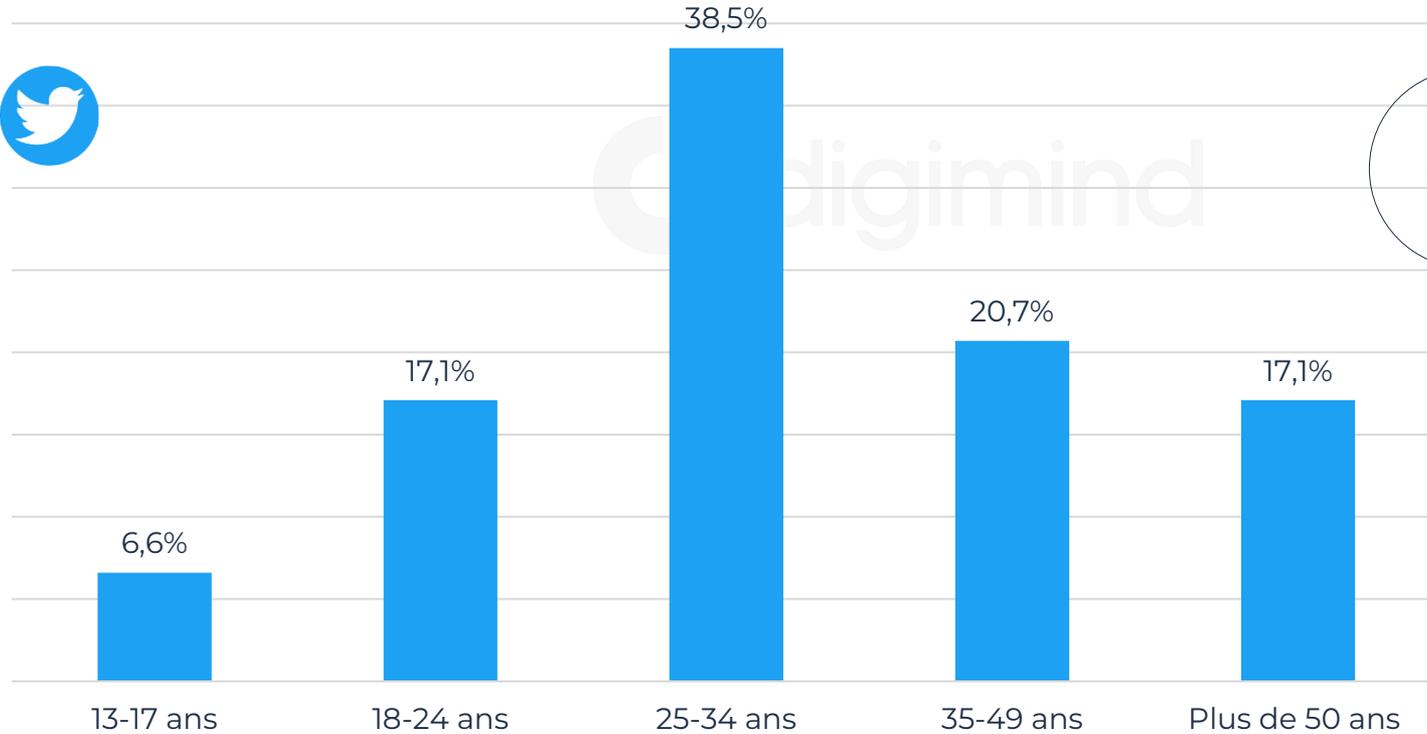
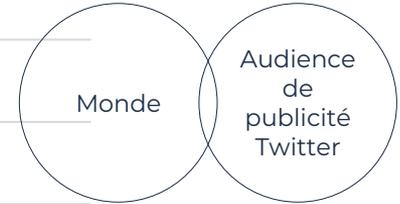
Source : Etude IFOP-Les Français et Twitter - 2019



Démographie : Age de l'audience de Twitter dans le monde



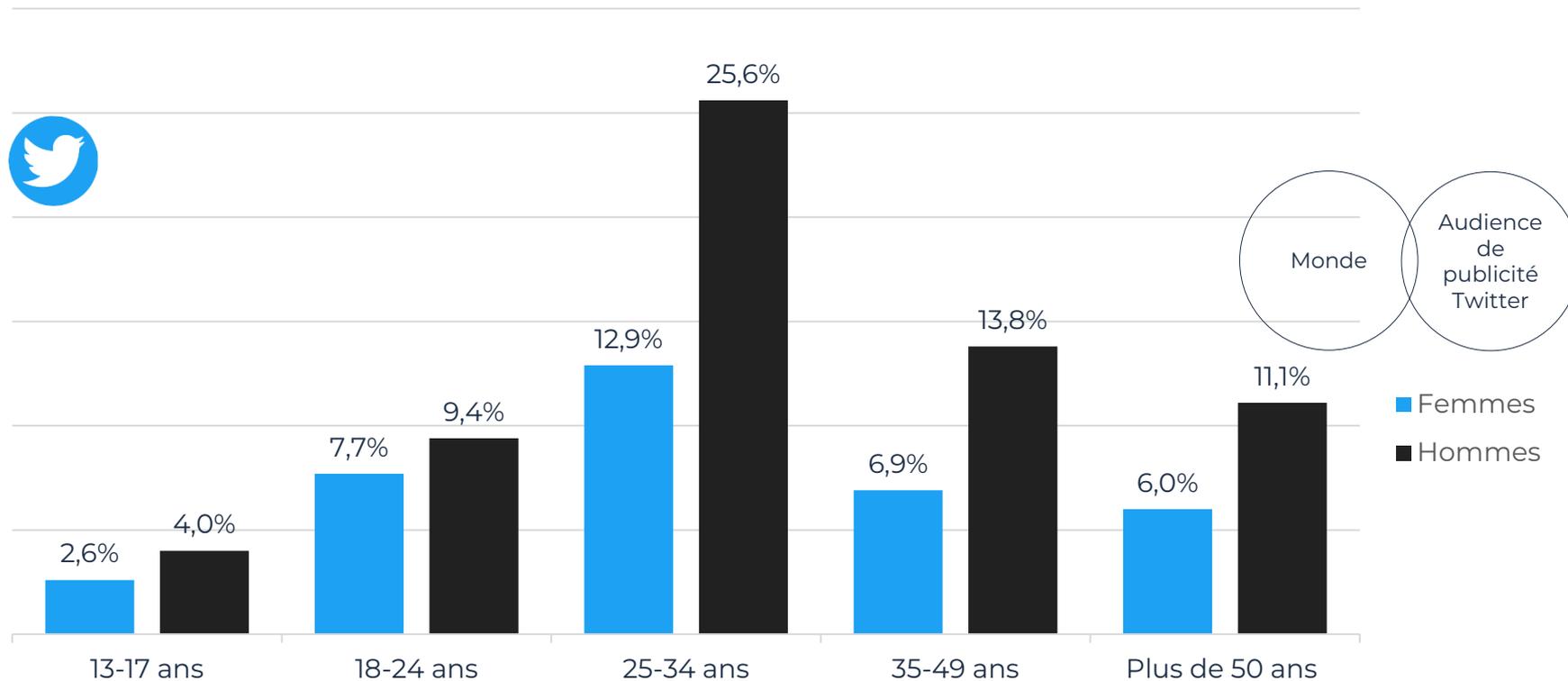
datamind



Source : Twitter Ads manager Audiences - extrapolations de We Are Social Digital Report 2022-.. Répartition de l'audience potentielle. L'audience de la publicité peut-être différente des utilisateurs actifs uniques.



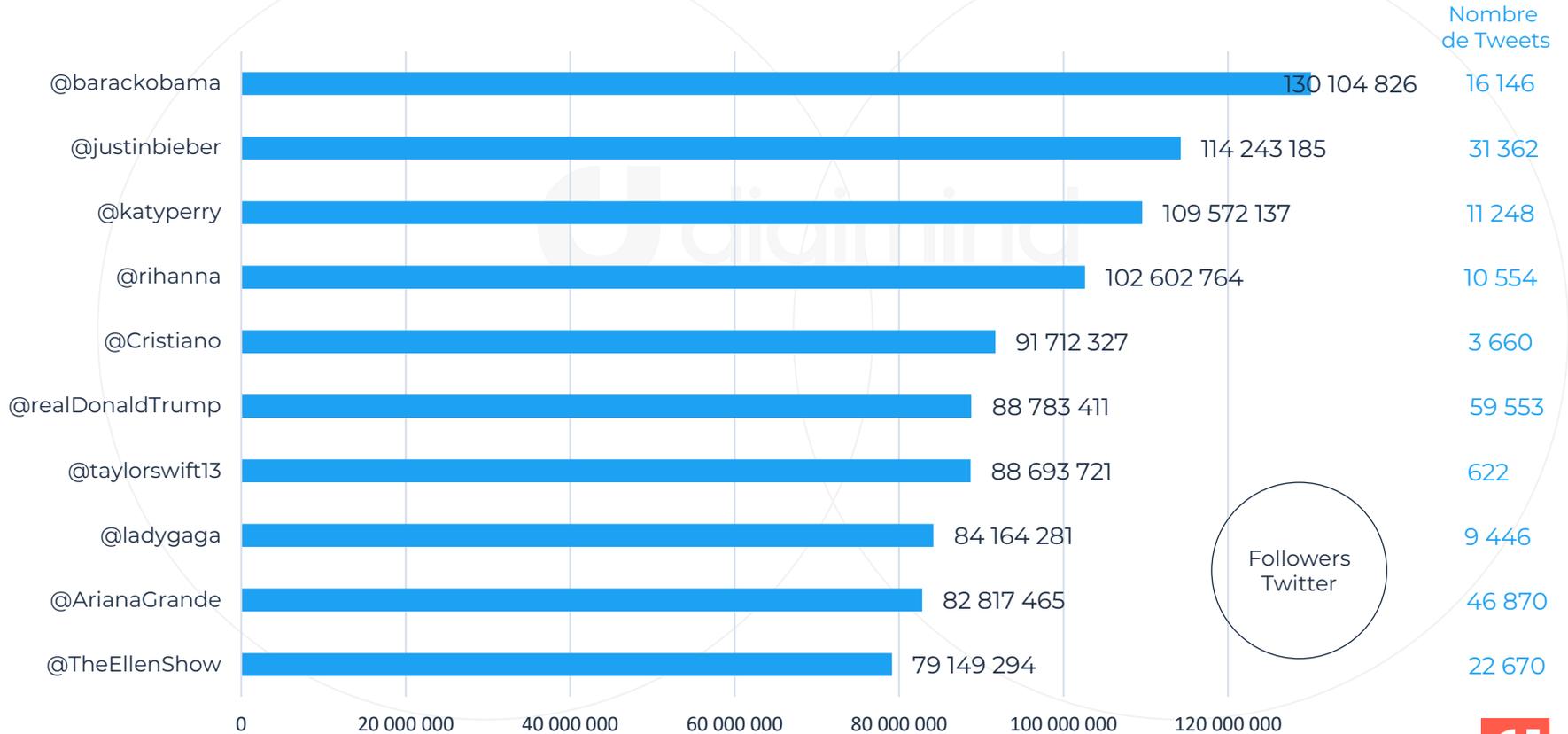
Démographie : Age et genre de l'audience de Twitter dans le monde



Source : Twitter Ads manager Audiences - extrapolations de We Are Social Digital Report 2022. Répartition de l'audience potentielle. L'audience de la publicité peut-être différente des utilisateurs actifs uniques.



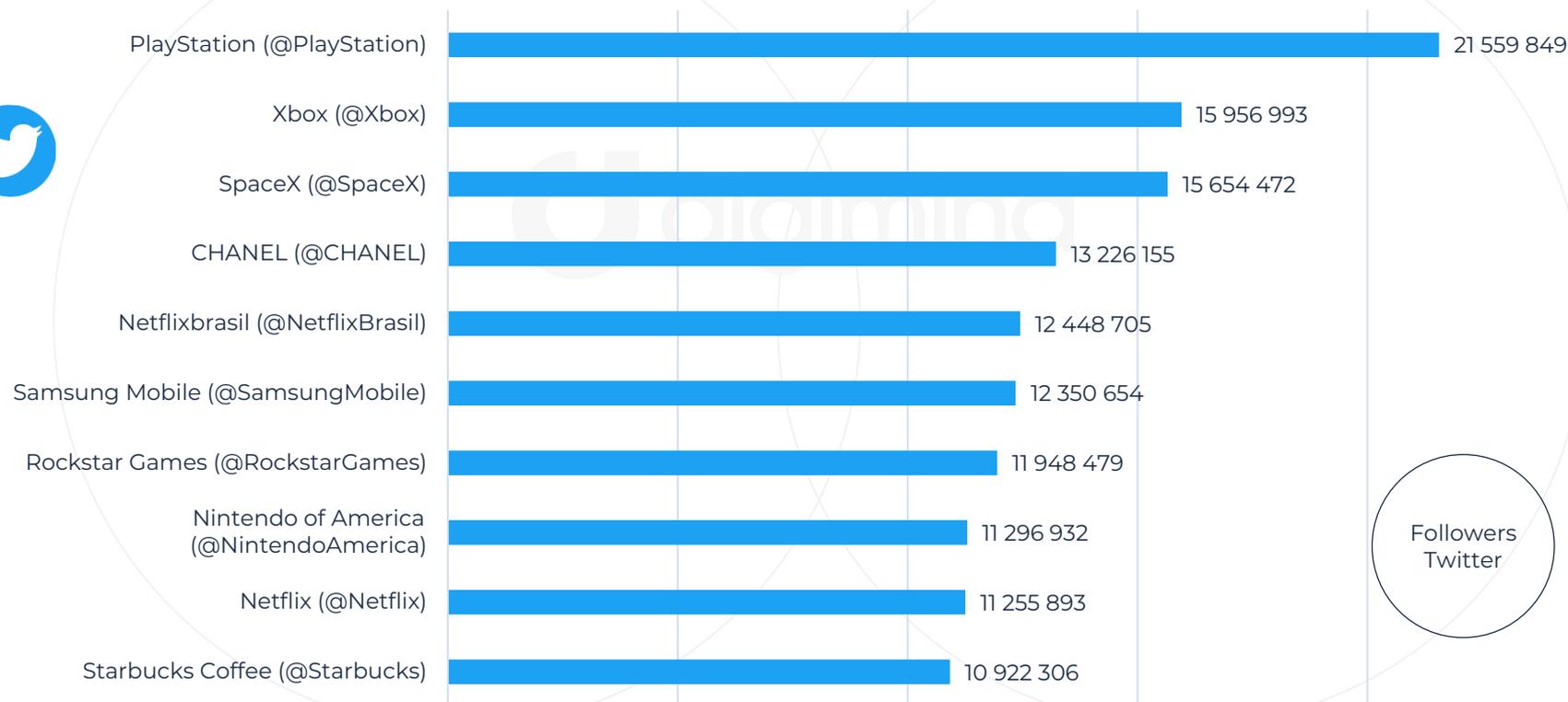
Les comptes Twitter les plus suivis dans le monde



Source : Social Blade mars 2021



Les comptes des marques les plus suivies dans le monde sur Twitter

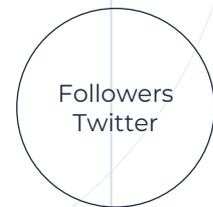
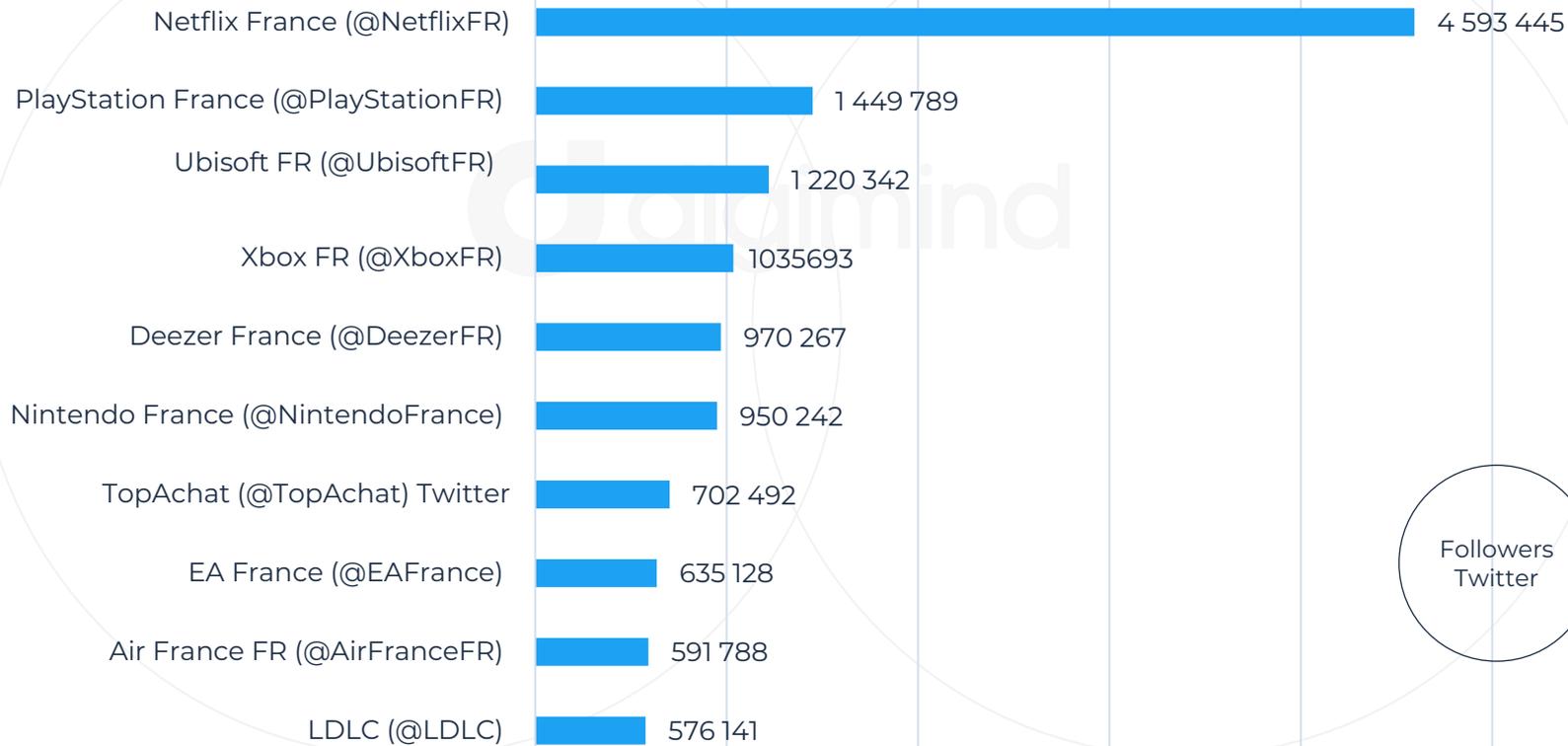


Followers
Twitter

Source : Socialbakers mars 2021



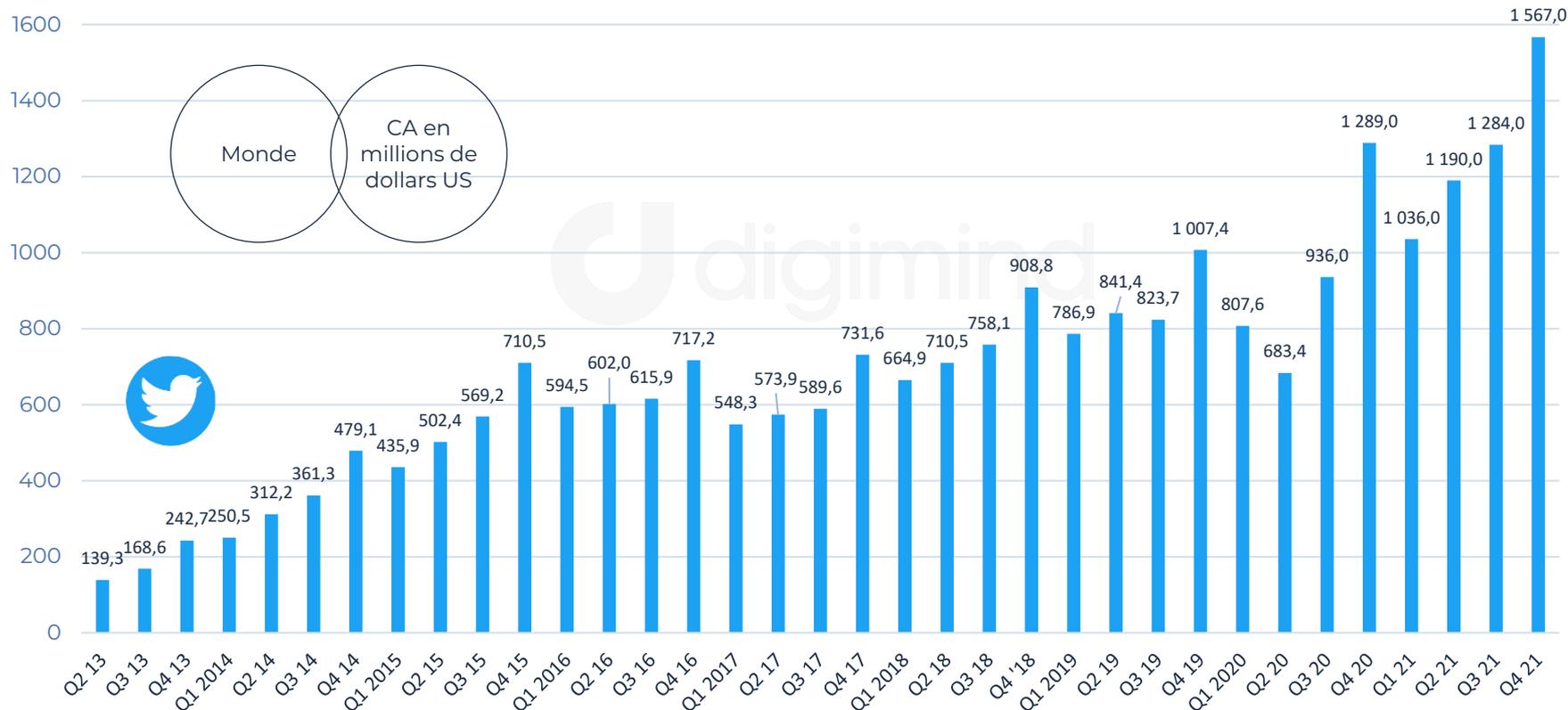
Les comptes des marques les plus suivies en France sur Twitter



Source : Socialbakers avril 2021



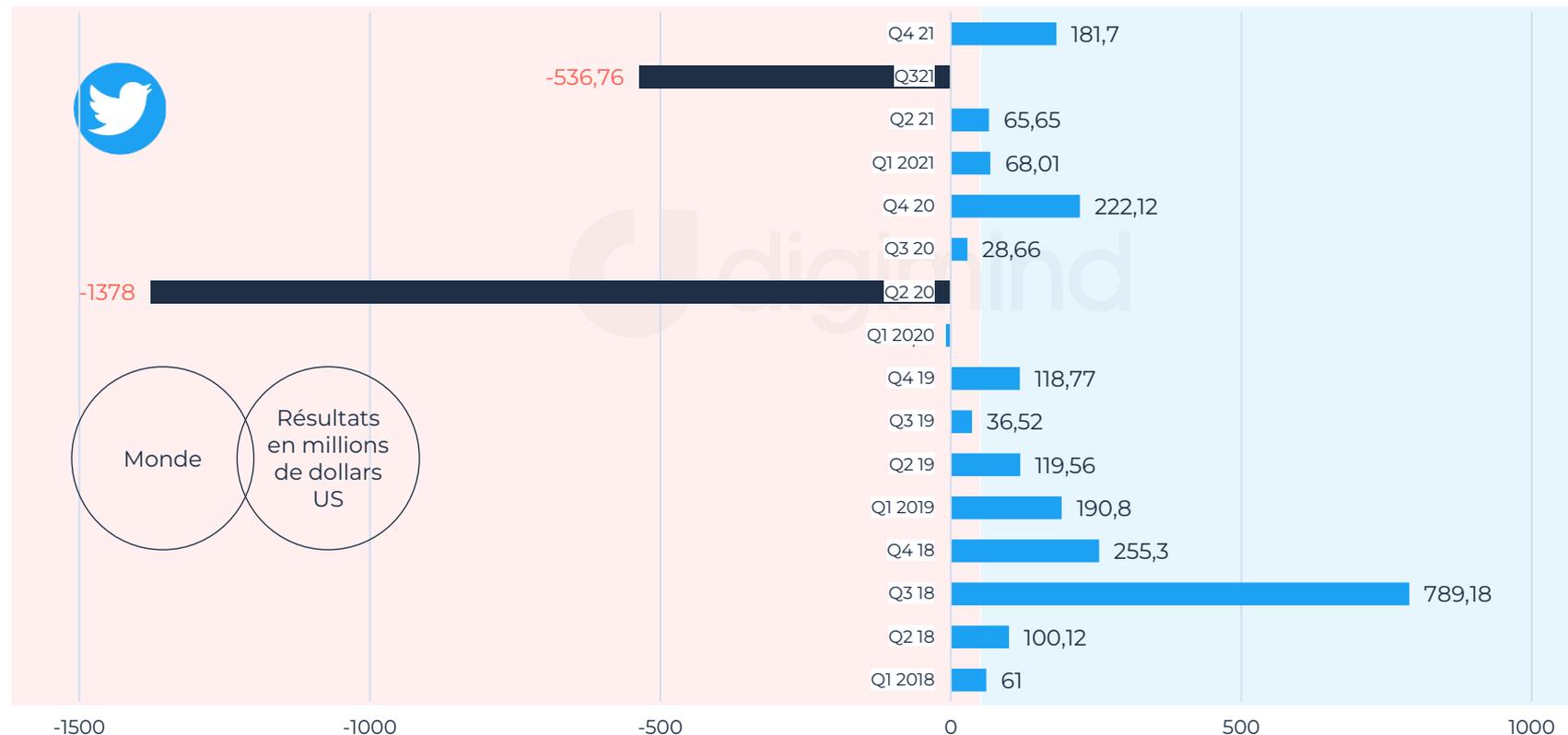
Chiffre d'affaires trimestriel de Twitter 2013-2021 (millions de dollars)



Source : Twitter, Inc, quarterly fact sheets - Letter to Shareholders 2013-2022



Résultats nets trimestriels de Twitter 2018-2021 (millions de dollars)



Source : Twitter, Inc, quarterly fact sheets - Letter to Shareholders 2018-2022



Facebook



40 millions d'utilisateurs actifs mensuels

51%



49%



61% des + de 15 ans



28 millions
actifs dans des
Groupes

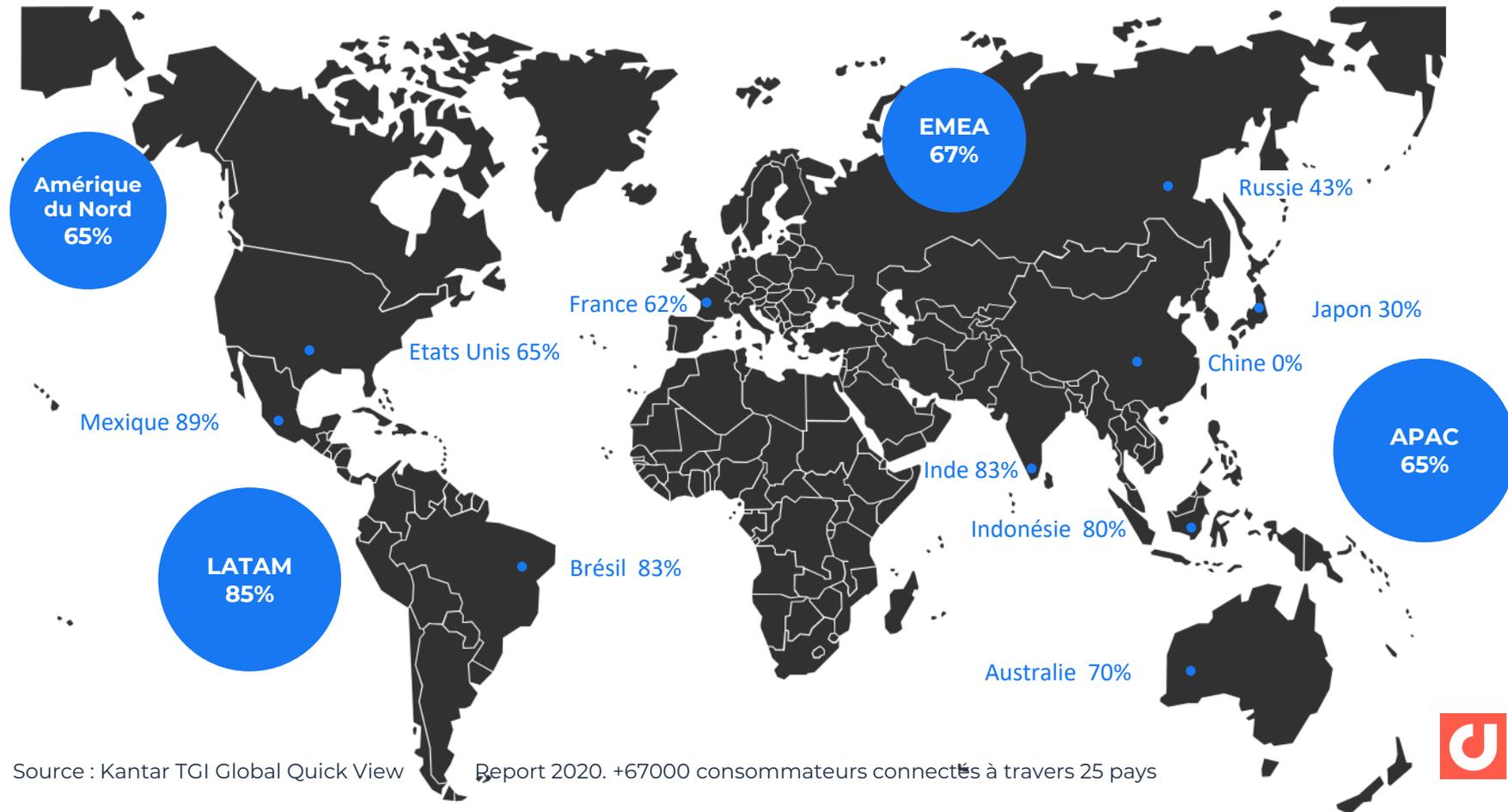


2,912 milliards d'utilisateurs mensuels

Sources : Facebook France - Harris Interactive – Fidji Simo , Facebook Inc. Janvier 2022- Statista



Pénétration de Facebook par pays

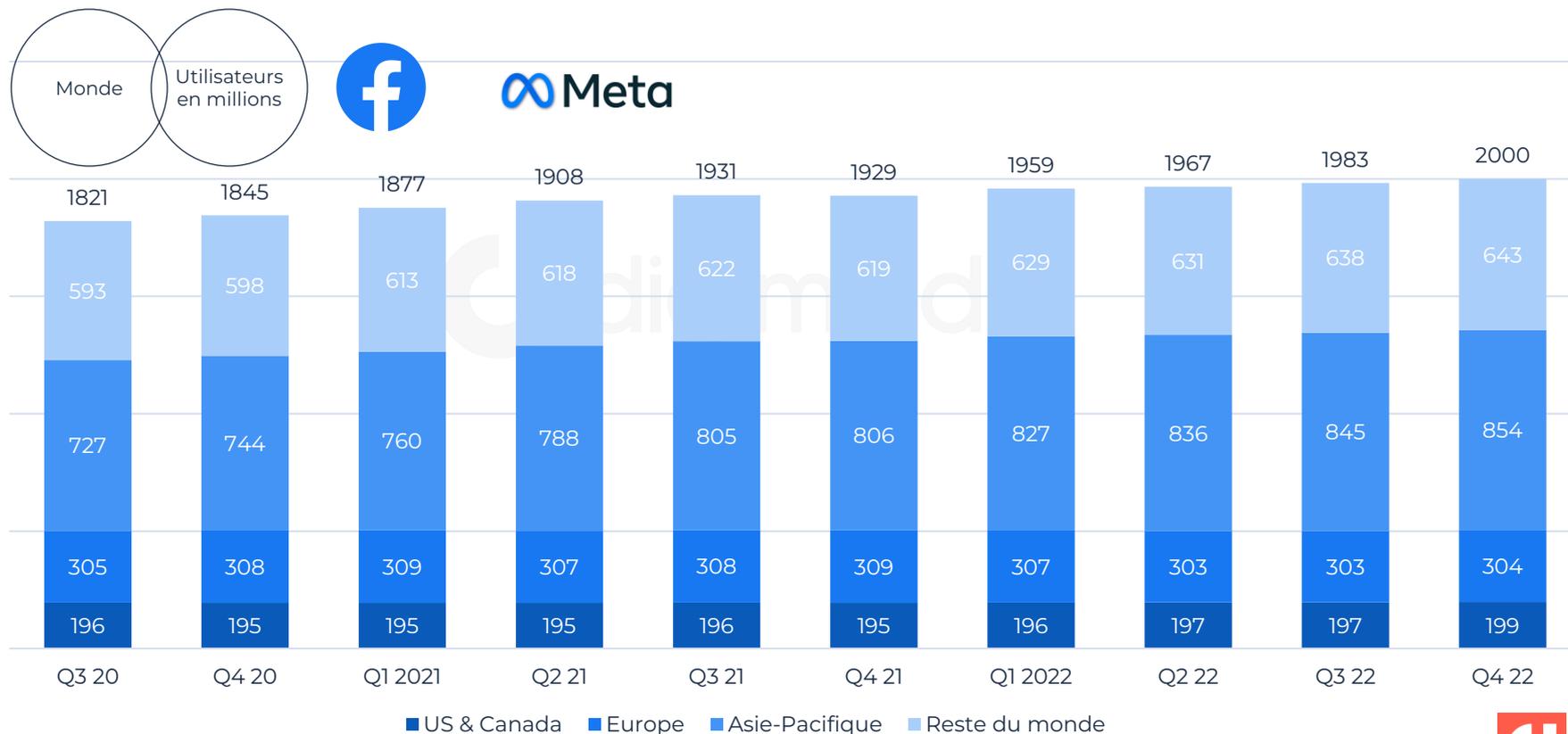


Source : Kantar TGI Global Quick View

Report 2020. +67000 consommateurs connectés à travers 25 pays



Utilisateurs actifs quotidiens de Facebook 2020-2022 par régions (DAUs)



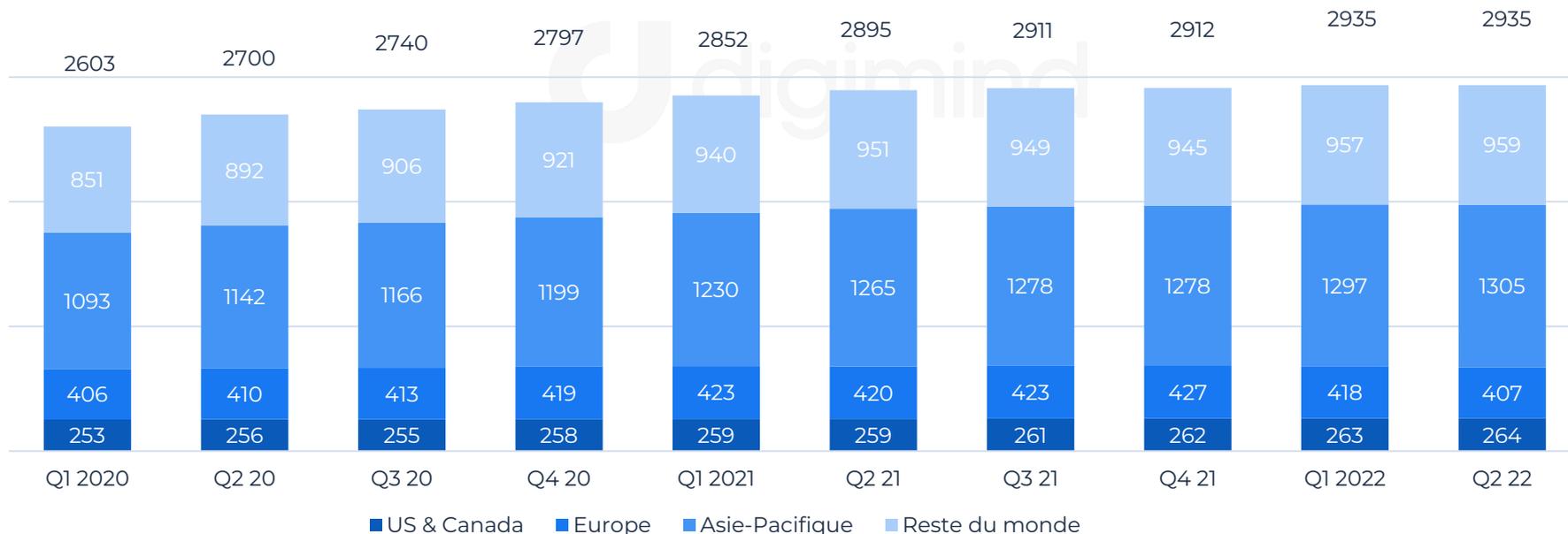
Source : Facebook Inc, Earnings Releases – Earnings Presentations



Utilisateurs actifs mensuels de Facebook 2020-2022 par régions (MAUs)



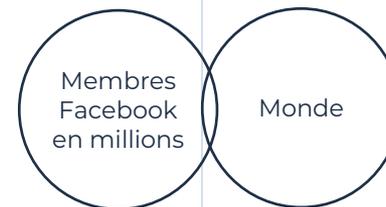
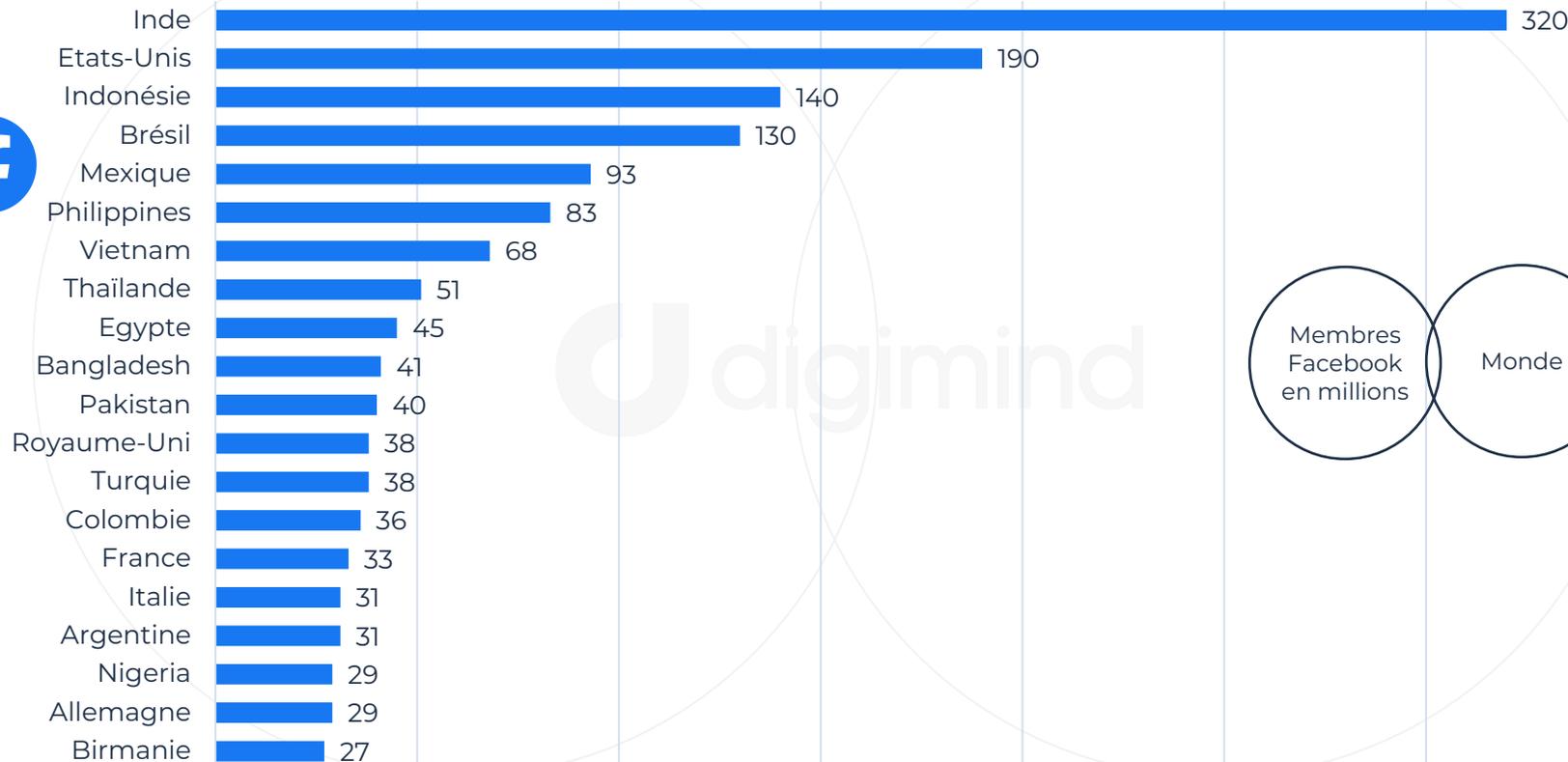
Meta



Source : Facebook Inc, Earnings Releases – Earnings Presentations



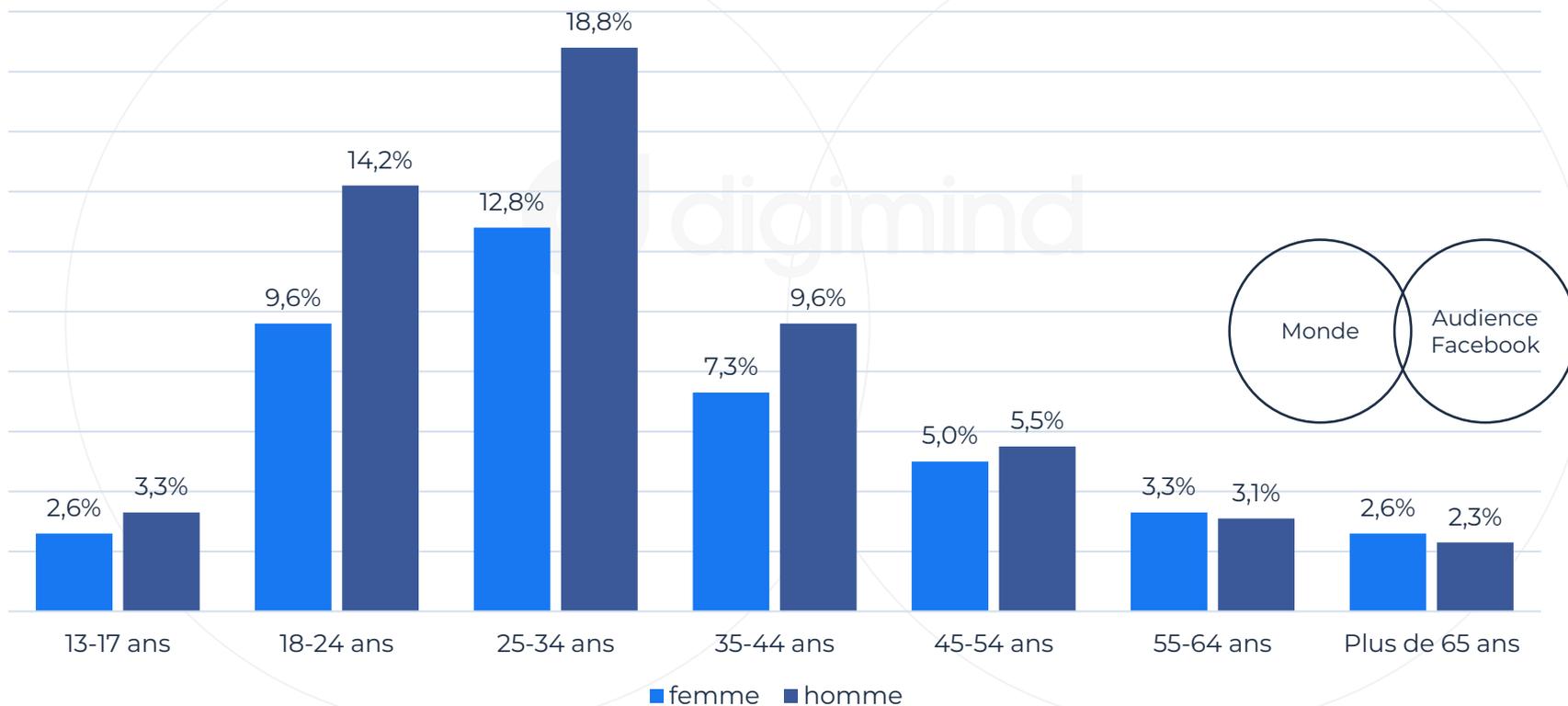
Le top 20 des pays comptant le plus de membres sur Facebook



Source : We Are Social DataReportal 2021. Répartition de l'audience potentielle extrapolée à partir du Facebook Ads Manager. L'audience de la publicité peut-être différente des utilisateurs actifs uniques.



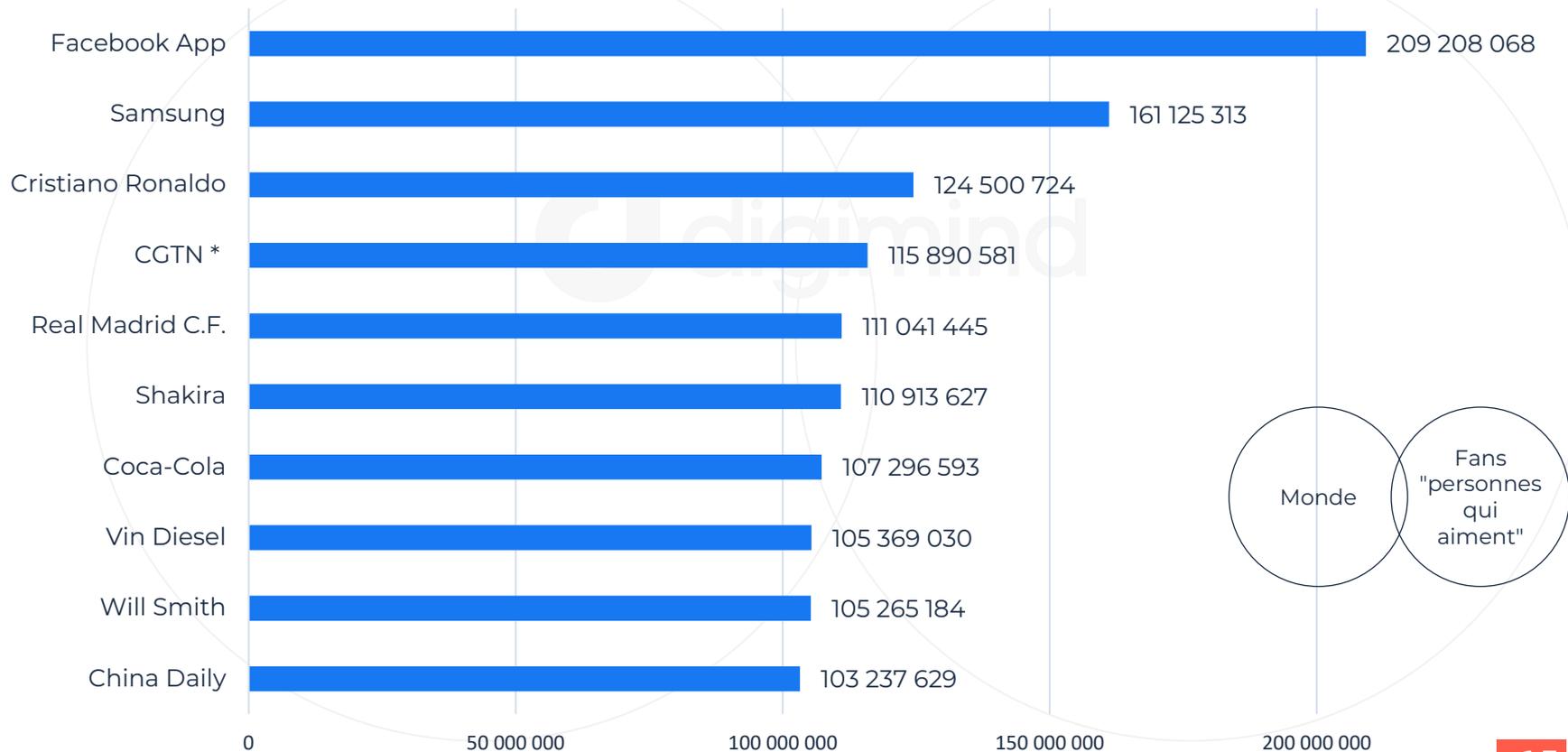
Profils de l'audience de Facebook dans le monde par âge et sexe



Source : We Are Social DataReportal 2021. Répartition de l'audience potentielle extrapolée à partir du Facebook Ads Manager. L'audience de la publicité peut-être différente des utilisateurs actifs uniques.



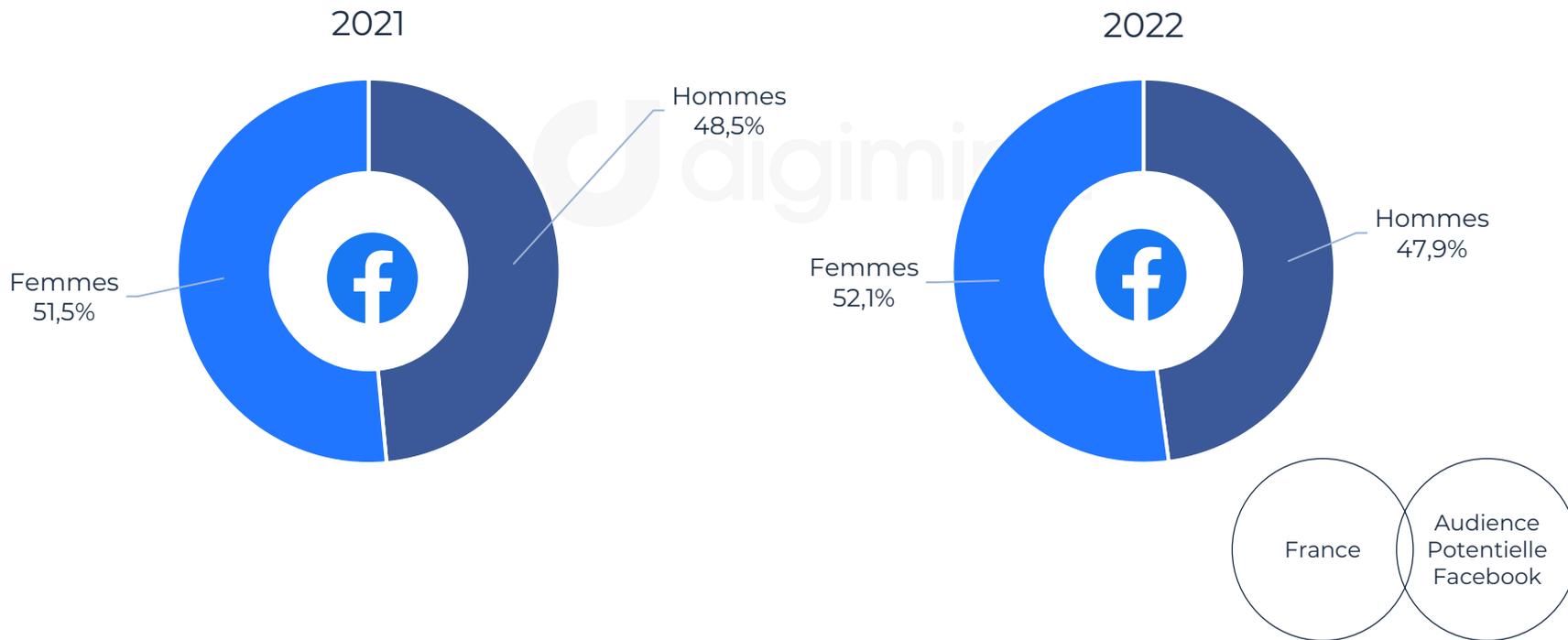
Les comptes Facebook les plus suivis dans le monde



Source : Social Blade avril 2021



Profils de l'audience de Facebook en France 2021-2022 par sexe



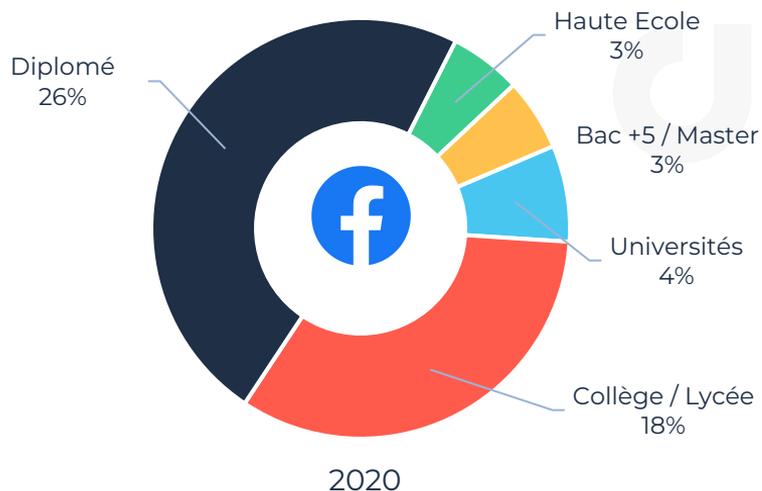
Source : Profilage audience potentielle Facebook Ads- We Are Social DataReportal France - février 2021 -2022. - utilisateurs actifs



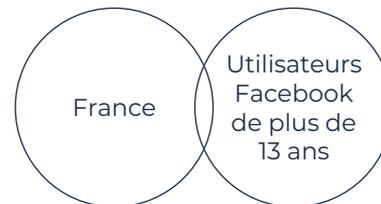
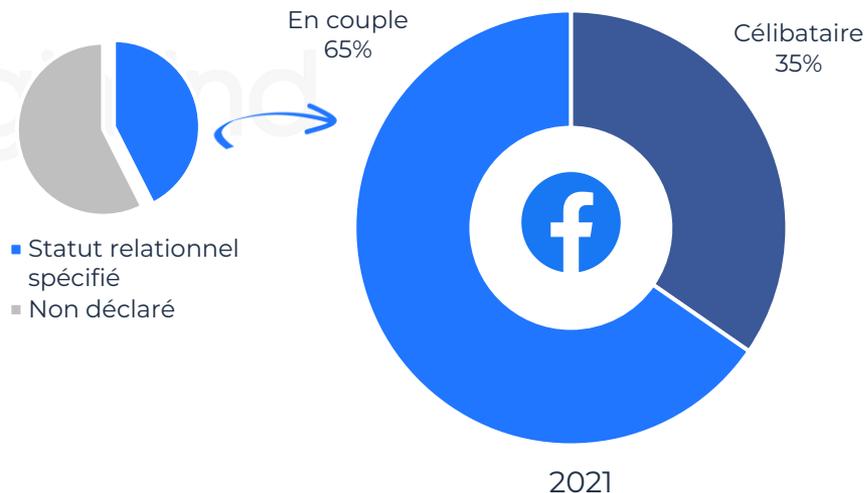
Profils des utilisateurs Facebook en France : statut relationnel et éducation



Niveau d'éducation utilisateurs Facebook en France



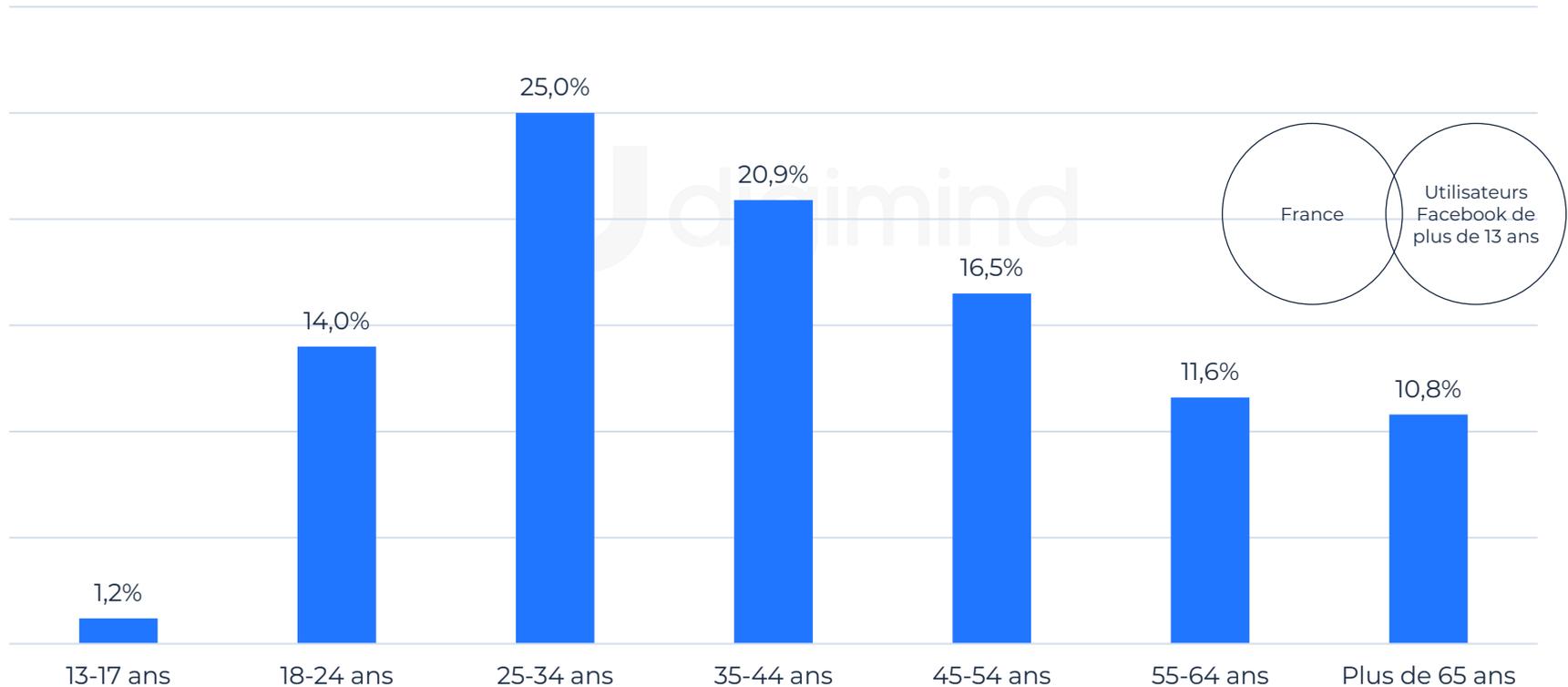
Statut relationnel déclaré utilisateurs Facebook France



Source : Etude Soprism. Profilage audience Instagram- février 2020-décembre 2021 -utilisateurs actifs



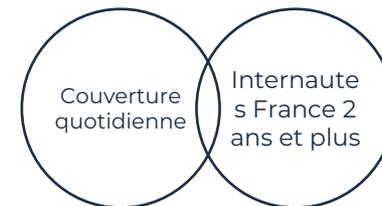
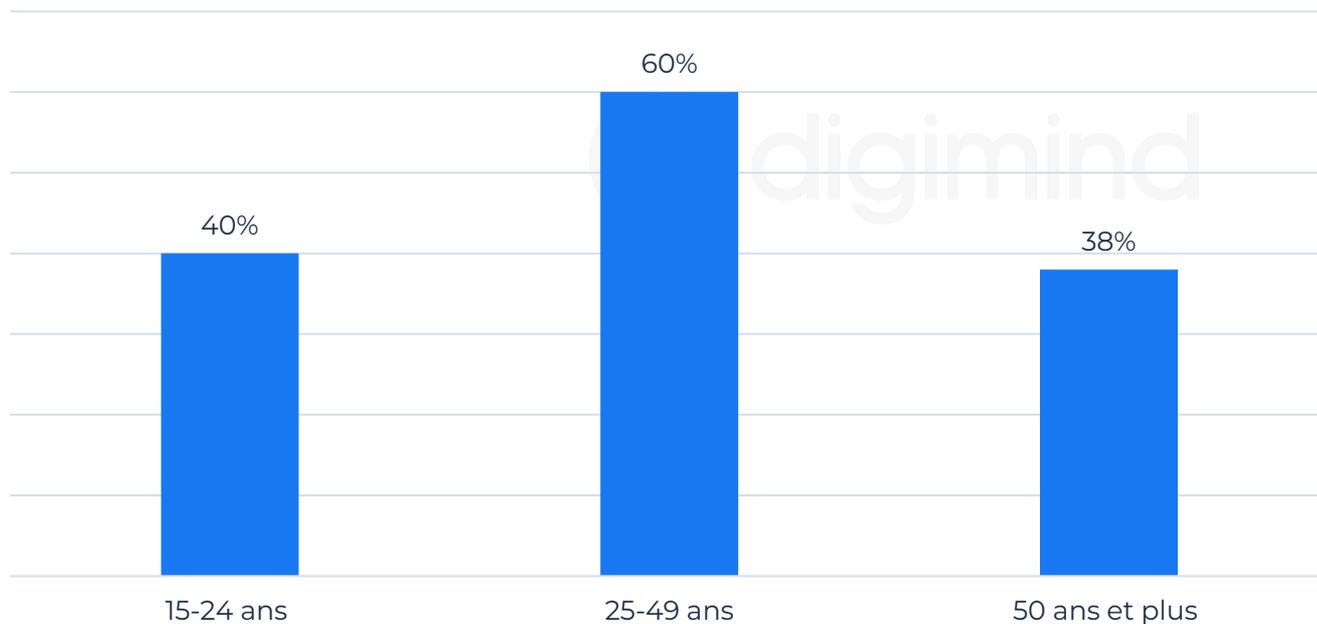
Profils de l'audience Facebook en France par âge



Source : Etude Soprism. Profilage audience Facebook -décembre 2021 -utilisateurs actifs



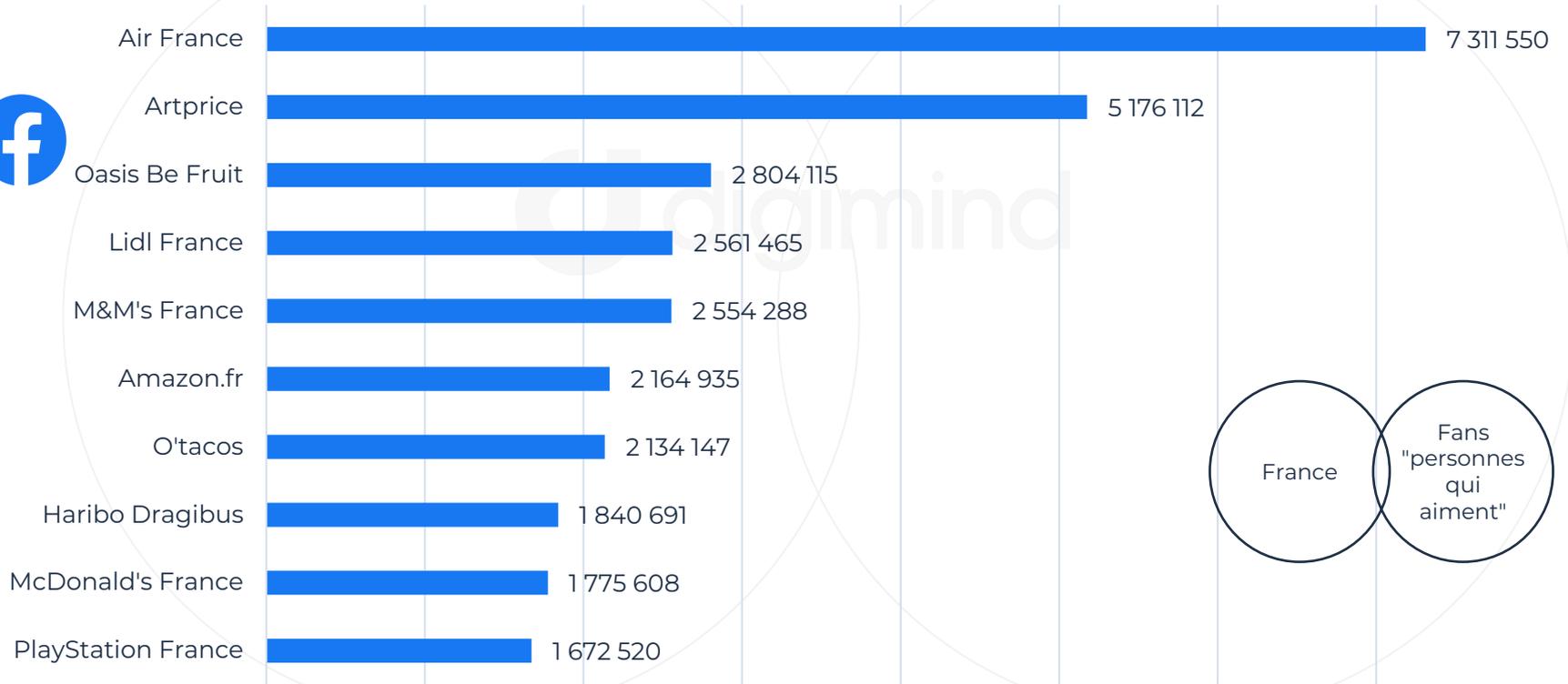
Présence quotidienne sur Facebook par tranches d'âge. France



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings – Audience Internet Global – France – octobre 2020
– base 2 ans et plus – Couverture quotidienne –catégorie réseaux sociaux +Messageries



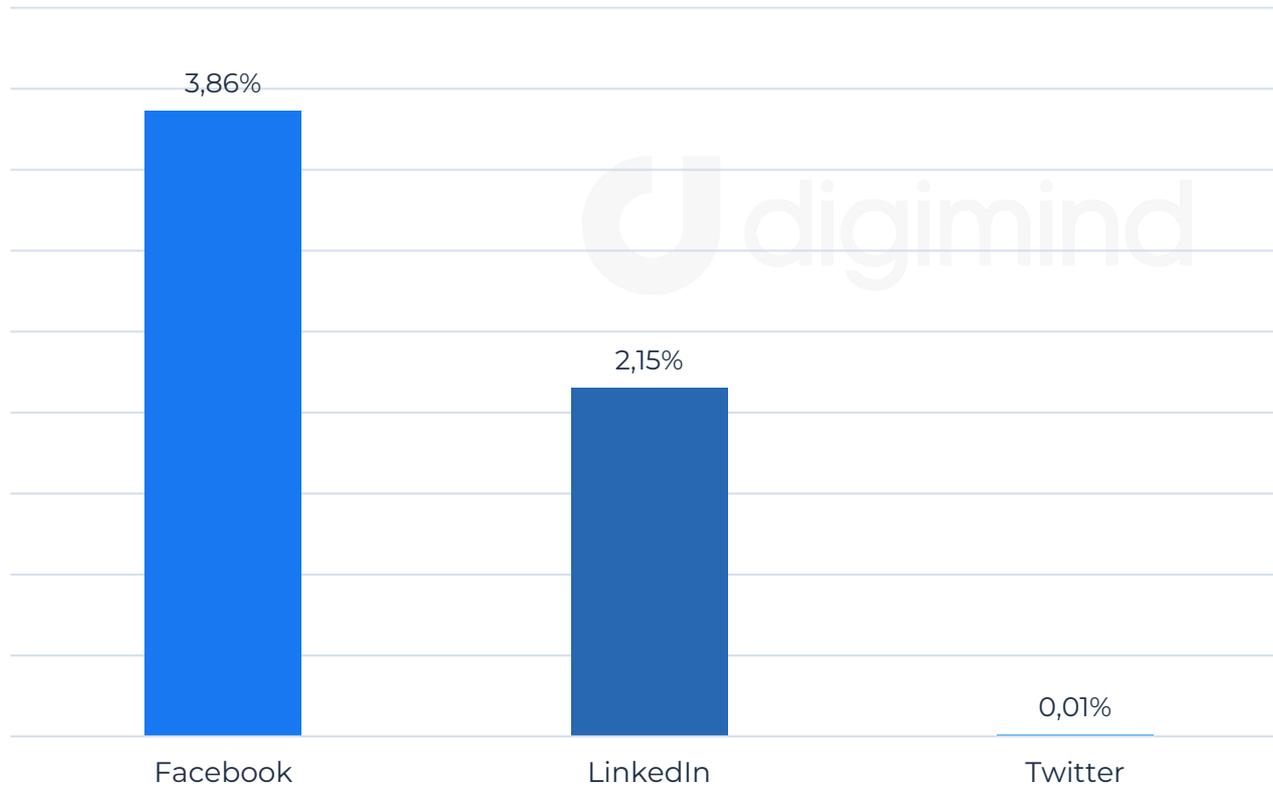
Les comptes des marques les plus suivies en France sur Facebook



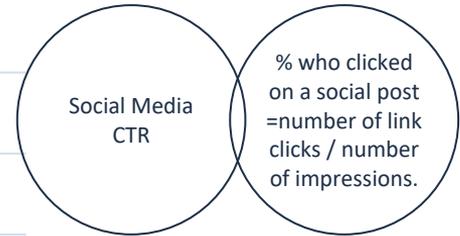
Source : Socialbakers avril 2021



Facebook : Social Media CTR moyen en 2022



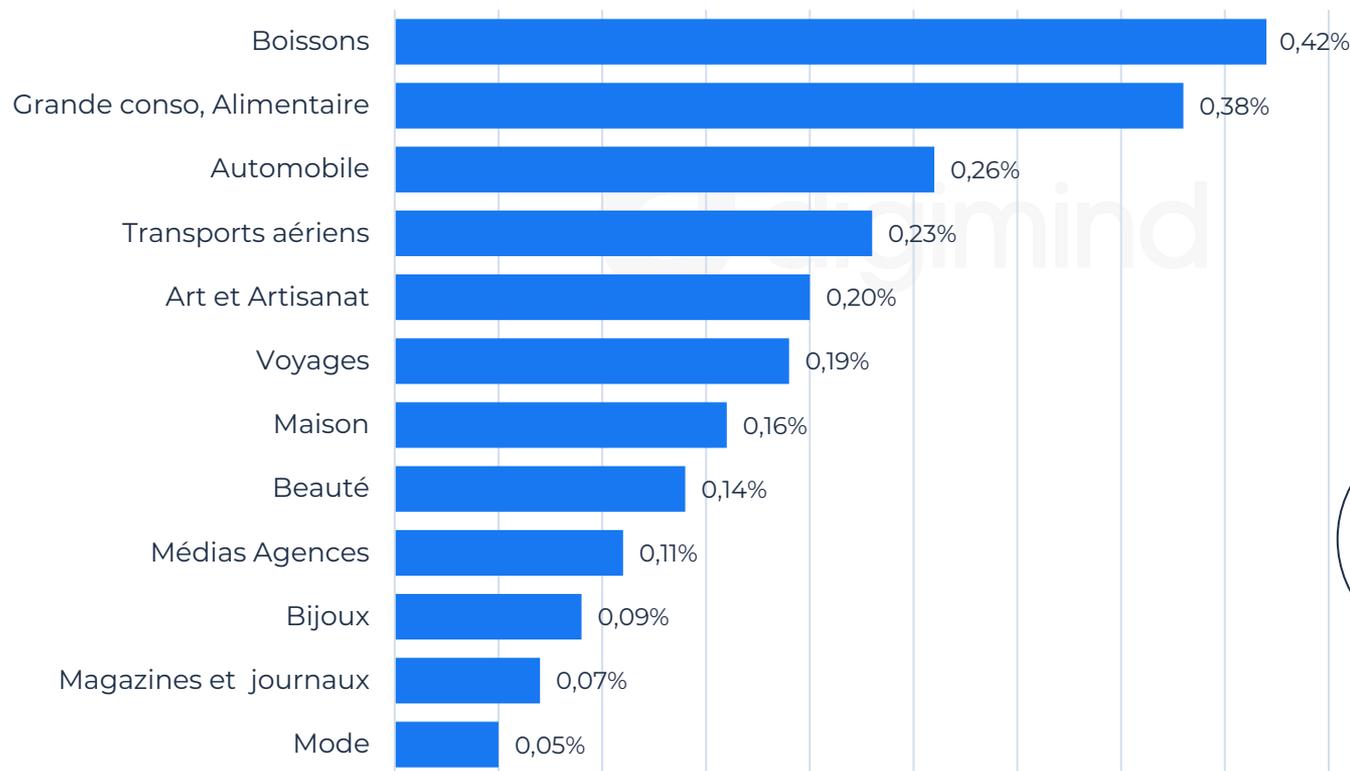
Social Media Click Rate
Through Facebook 
3,86%



Source : SocialInsider – Social Media Study : CTR 2022

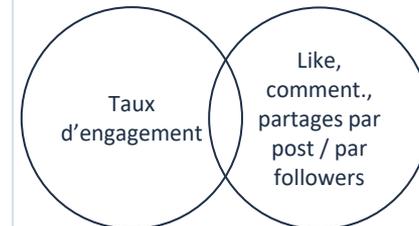


Facebook : Engagement moyen par secteur 2022 (par followers)



Taux d'engagement
tous secteurs :

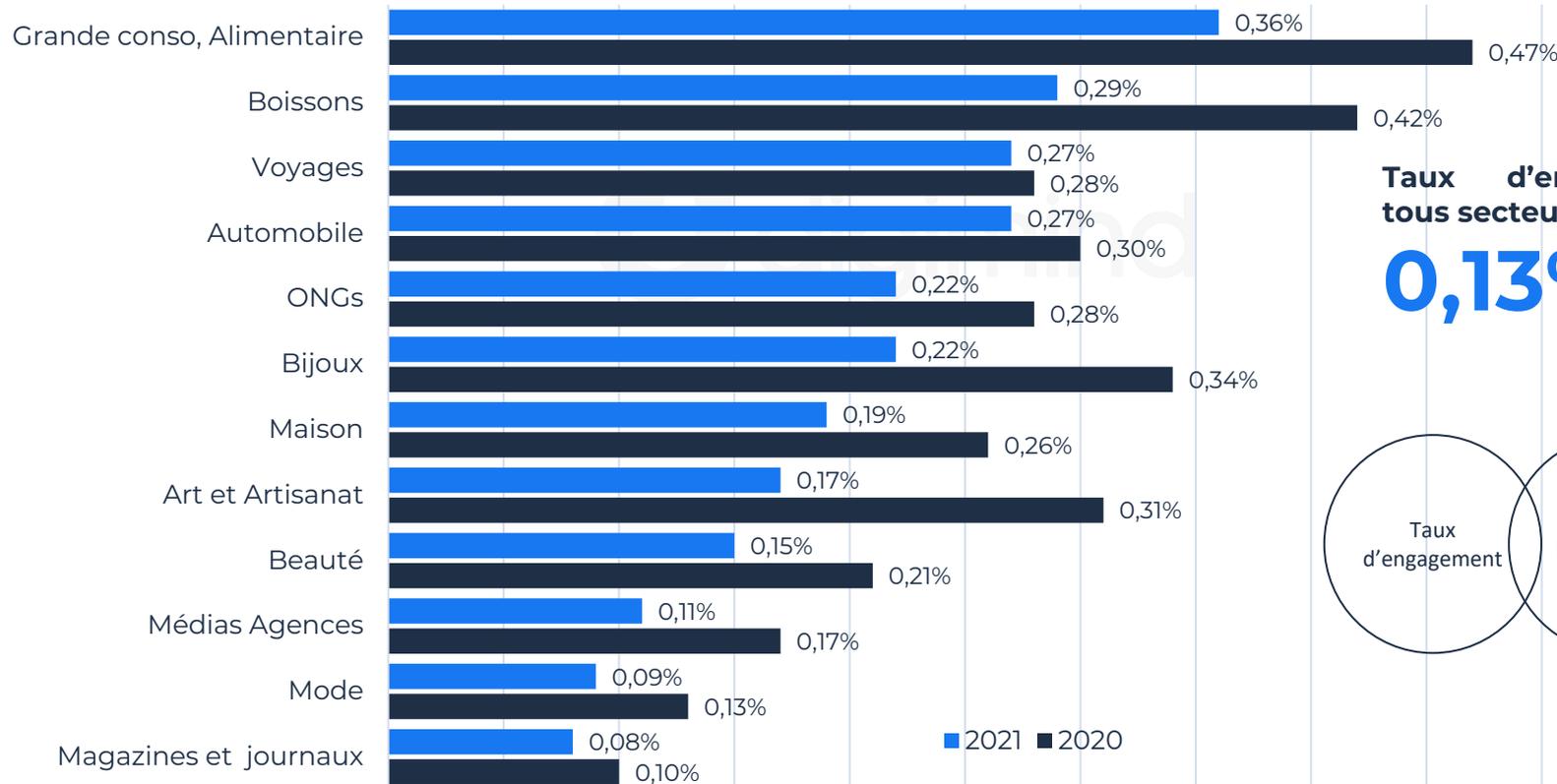
0,15% 



Source : SocialInsider – data 2022- Social Media Industry Benchmarks 2023

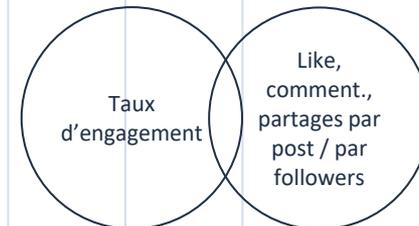


Facebook : Engagement moyen par secteur 2021 vs 2020 (par followers)



Taux d'engagement tous secteurs :

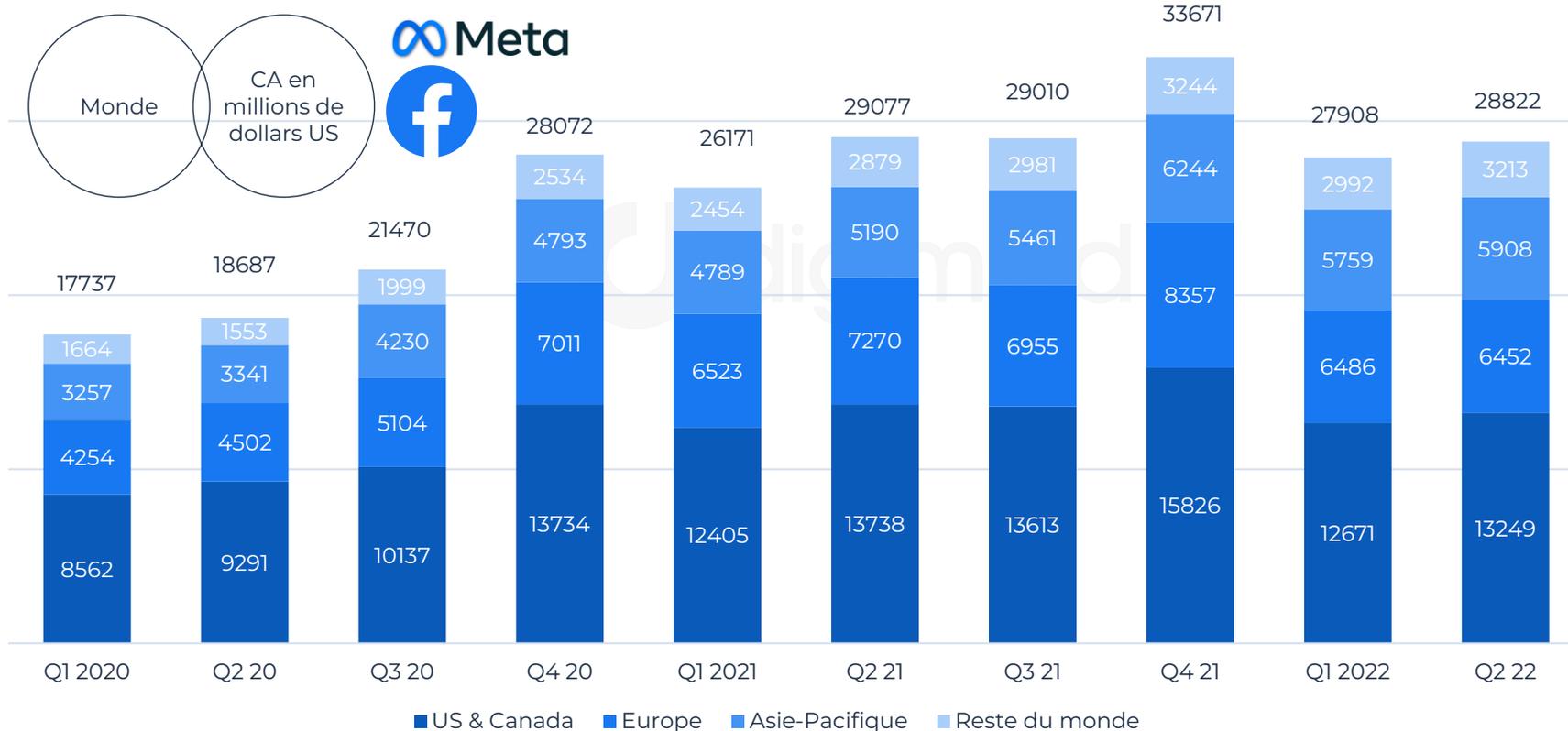
0,13% 



Source : SocialInsider – data 2020 vs 2021 - Social Media Industry Benchmarks 2022



Chiffre d'affaires trimestriel de Facebook 2020-2022 par région (millions de dollars)



Source : Facebook Inc, Earnings Releases – Earnings Presentations



Instagram



+22 millions d'utilisateurs actifs mensuels

54%



46%



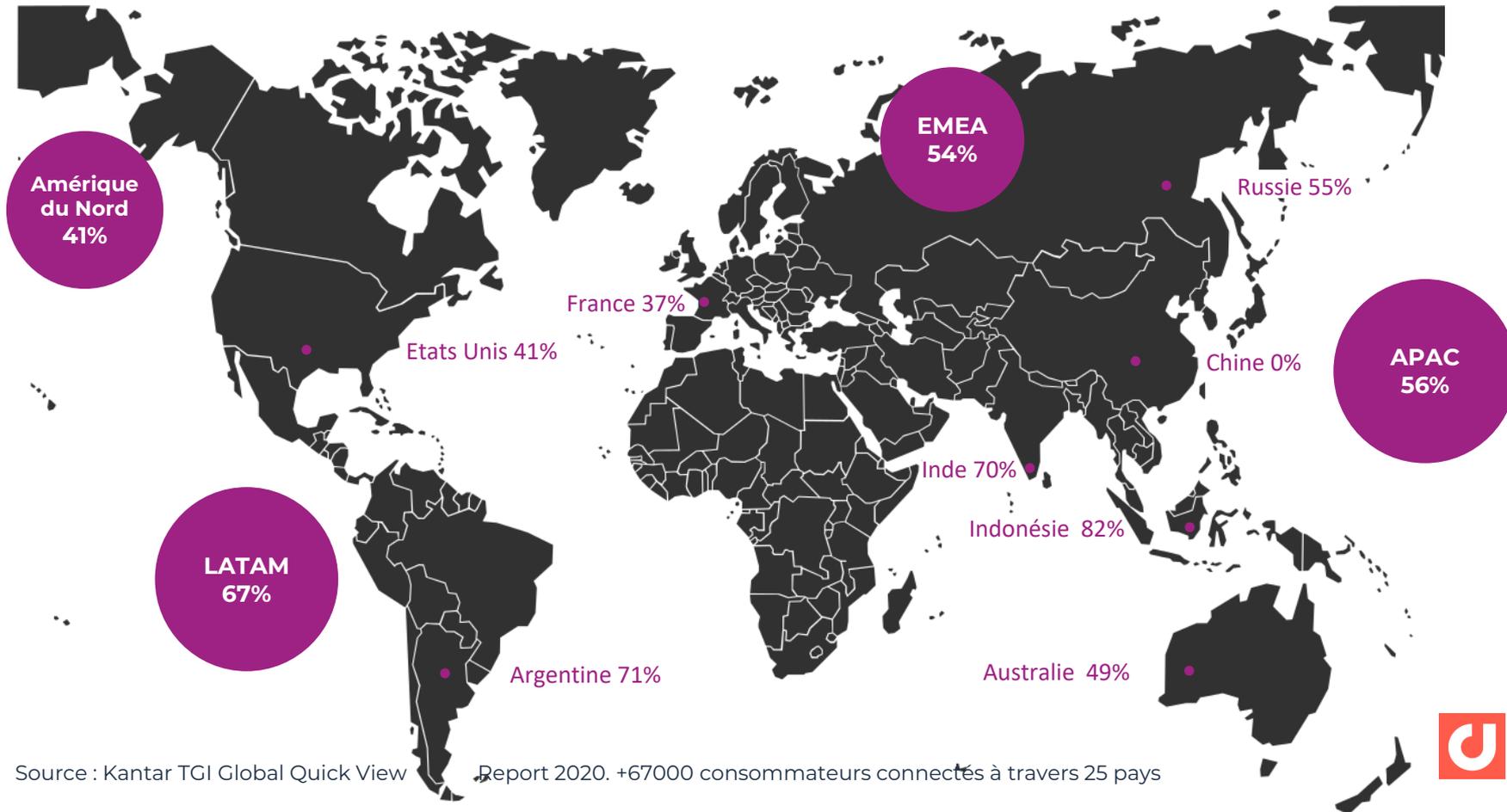
81% des 16-25 ans



1,393 milliard d'utilisateurs actifs mensuels

Sources : Statista – Soprism – Diplomeo - Instagram Ads Audience in Facebook Ads Manager - We Are Social 2021

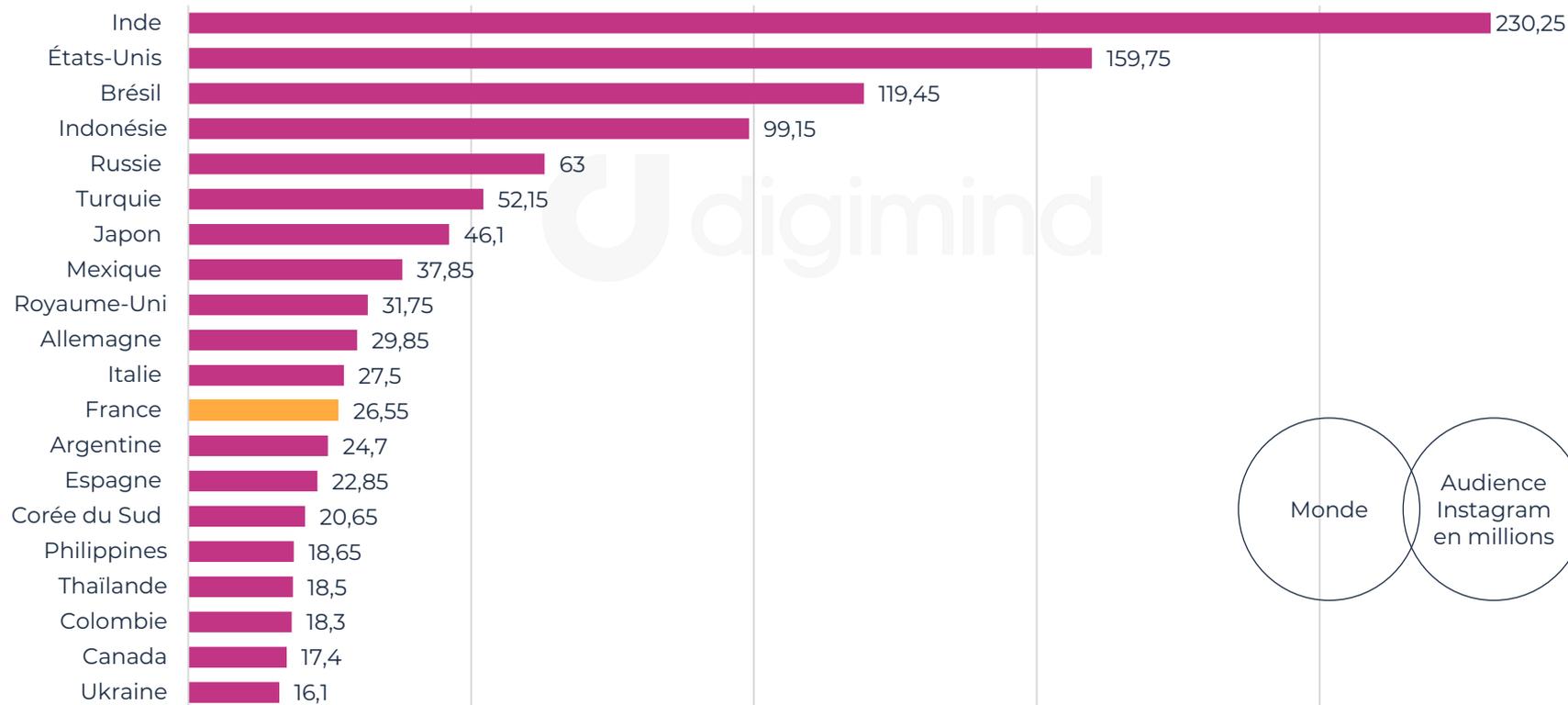
Pénétration d'Instagram par pays



Source : Kantar TGI Global Quick View Report 2020. +67000 consommateurs connectés à travers 25 pays



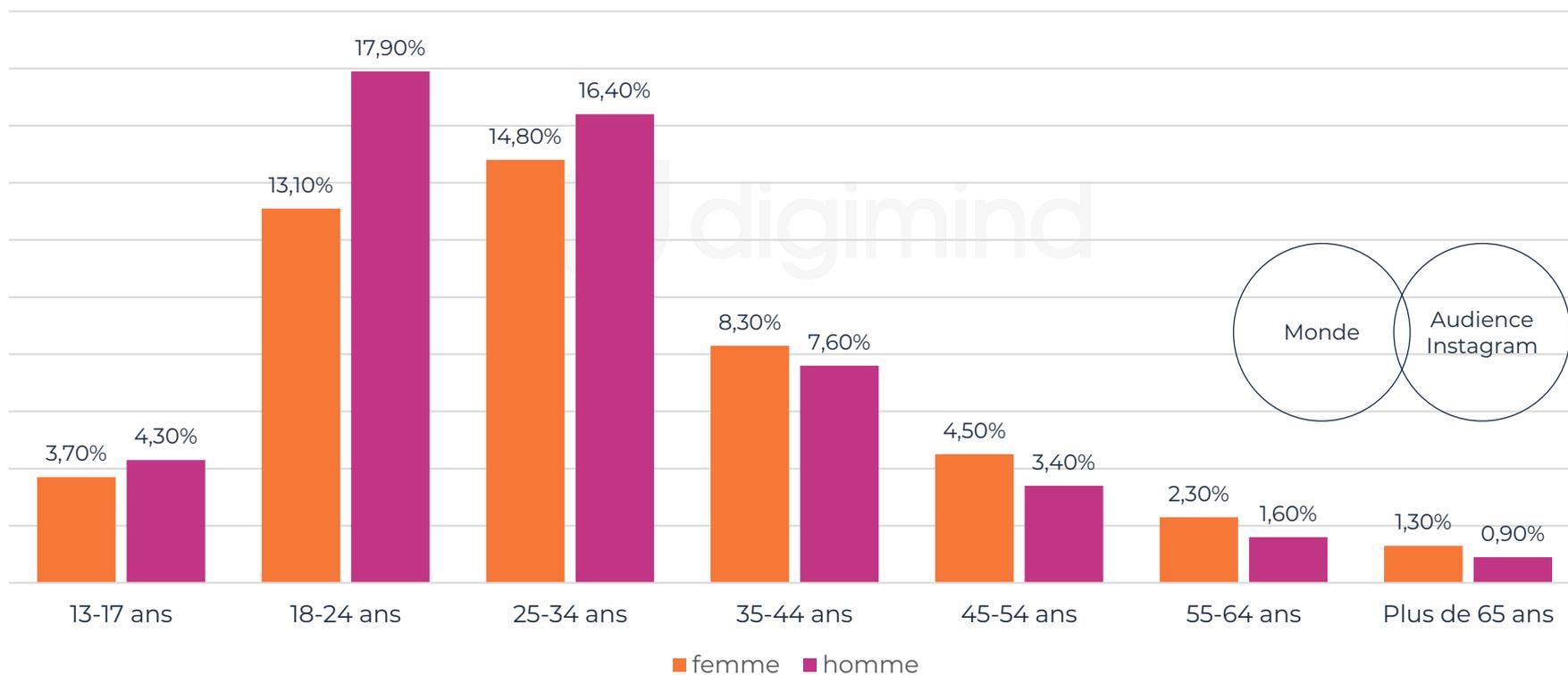
Audience d'Instagram dans le monde par pays en 2022



Source : We Are Social DataReportal 2022. Audience potentielle. Peut-être supérieure au nombre d'utilisateurs actifs uniques.



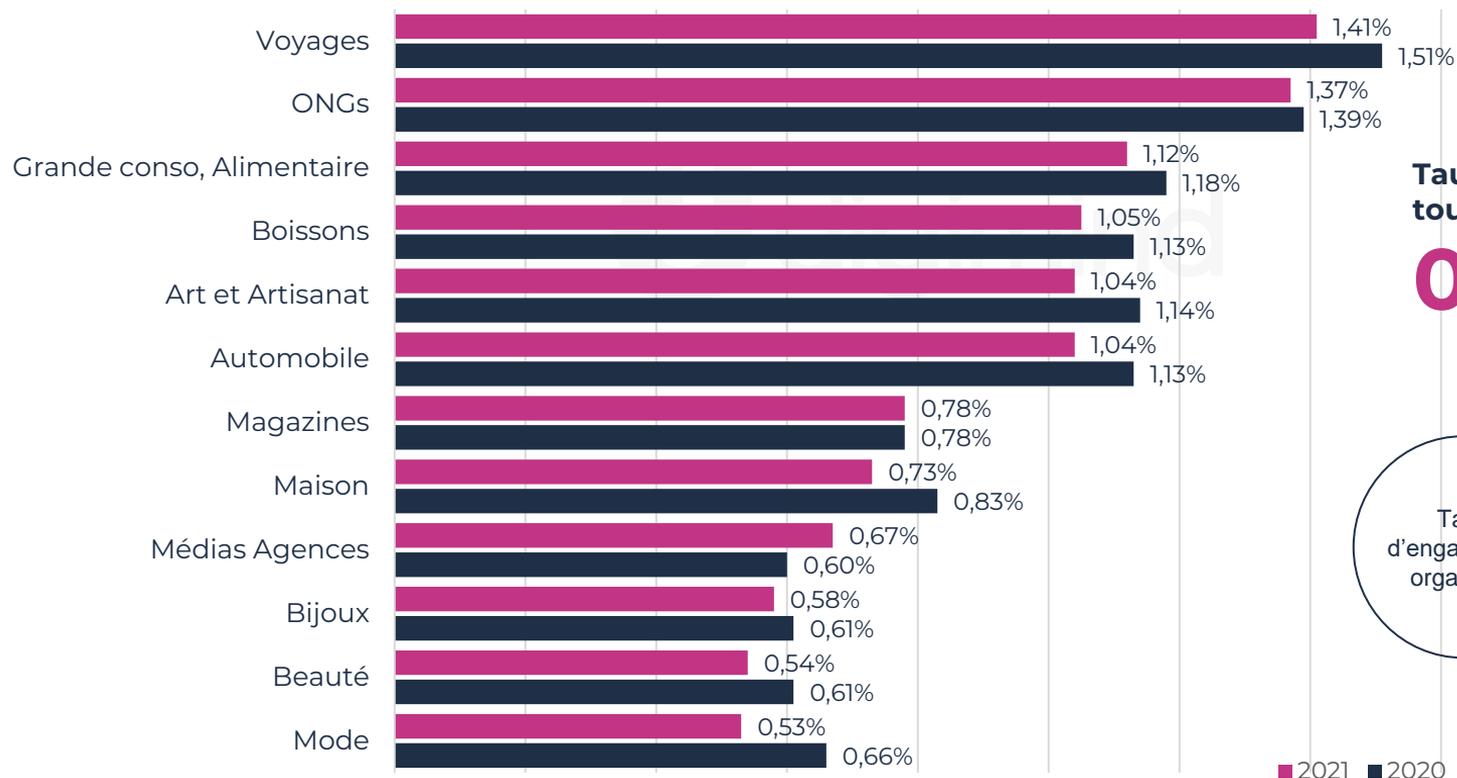
Profils de l'audience d'Instagram dans le monde par âge et sexe



Source : We Are Social DataReportal 2021-octobre . Répartition de l'audience potentielle extrapolée à partir du Facebook Ads Manager. L'audience de la publicité peut-être différente des utilisateurs actifs uniques.

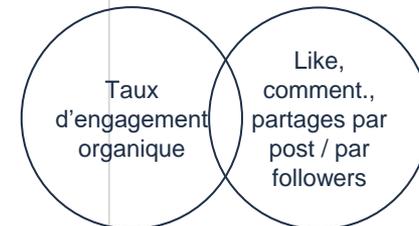


Instagram : Engagement moyen par secteur 2021 vs 2020



Taux d'engagement tous secteurs :

0,83%

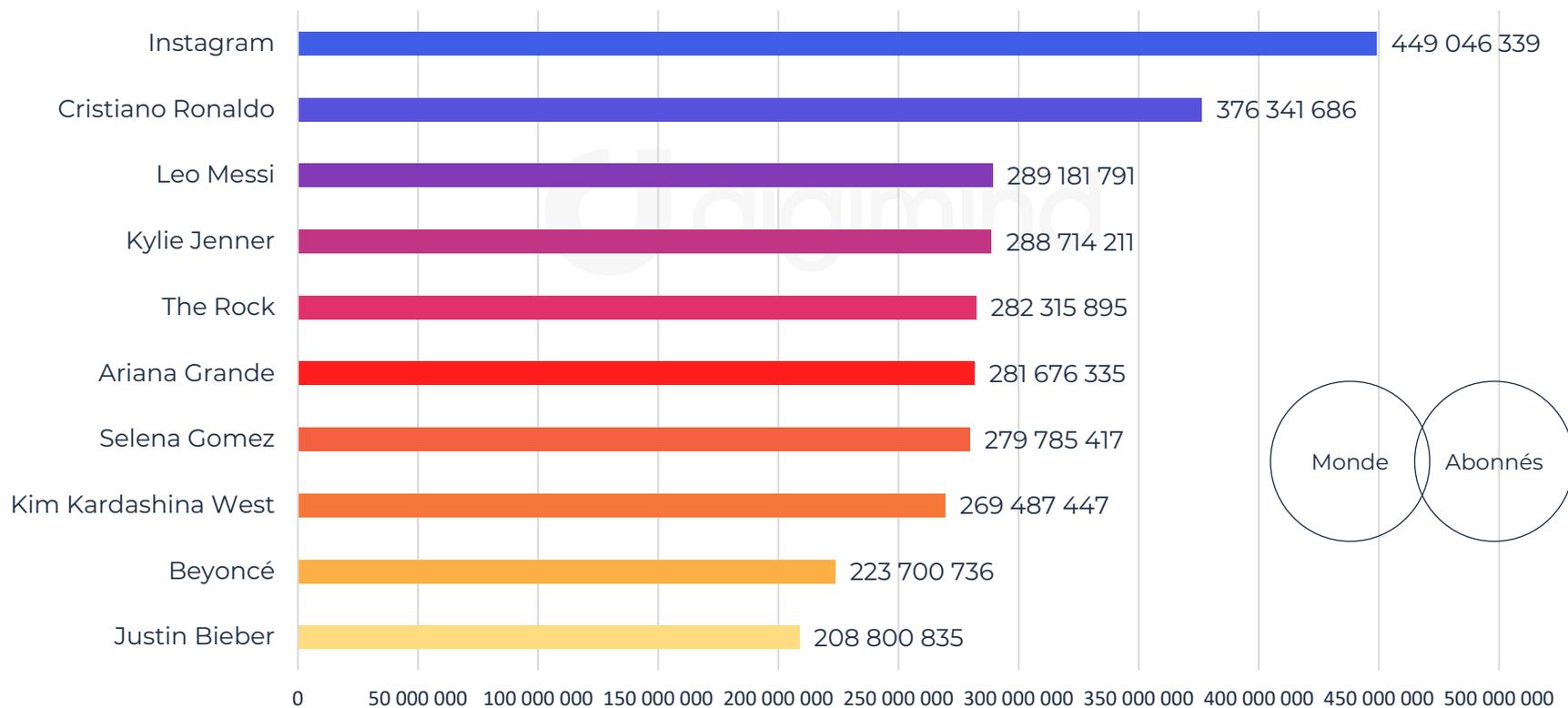


■ 2021 ■ 2020

Source : SocialInsider – data 2020vs 2021 - Social Media Industry Benchmarks 2022



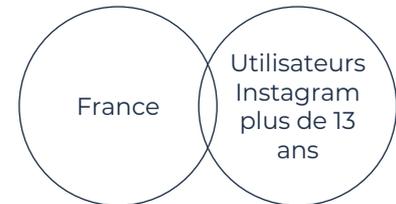
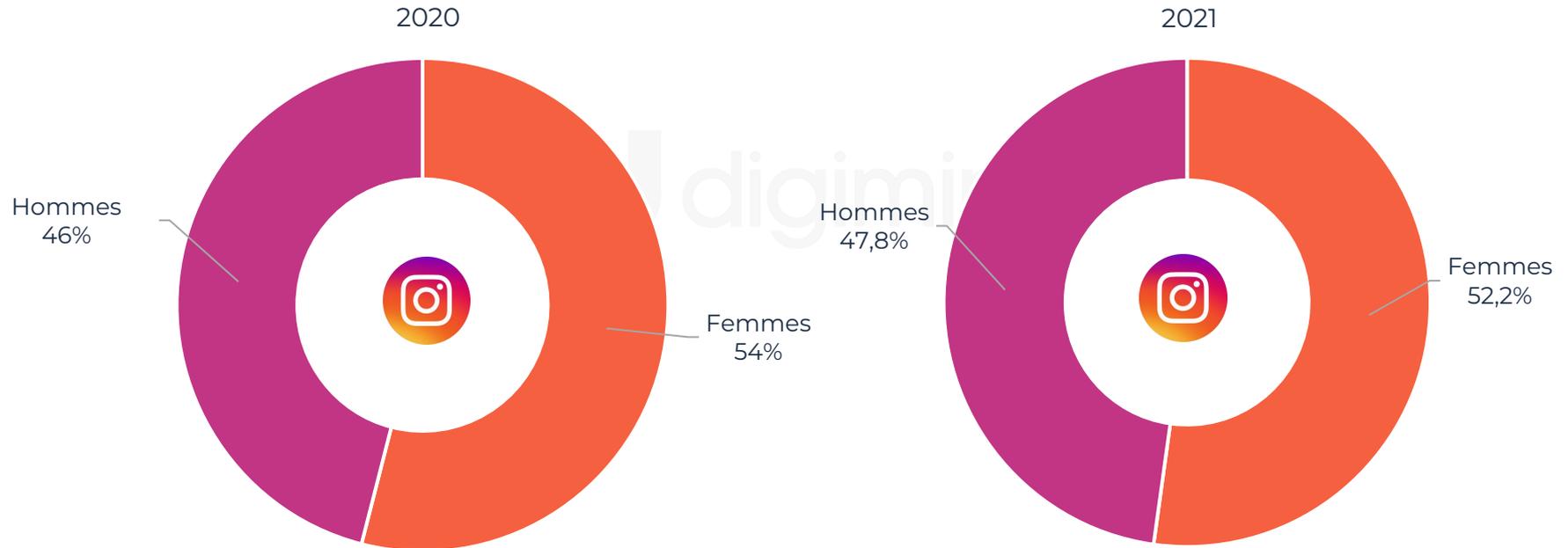
Les comptes Instagram les plus suivis dans le monde



Source : Social Blade décembre 2021



Profils des utilisateurs Instagram en France 2020-2021 par sexe

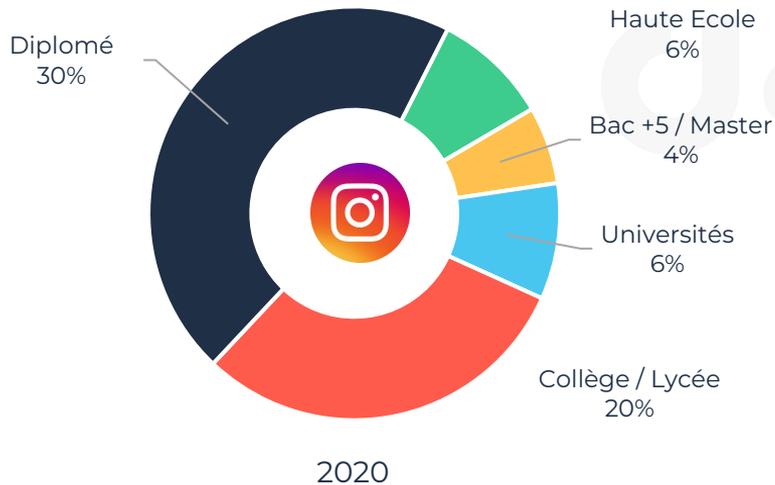


Source : Etude Soprism. Profilage audience Instagram- février 2020-décembre 2021 -utilisateurs actifs

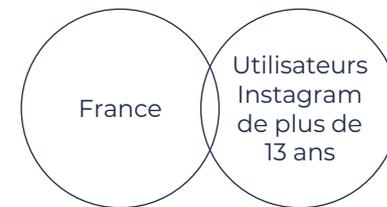
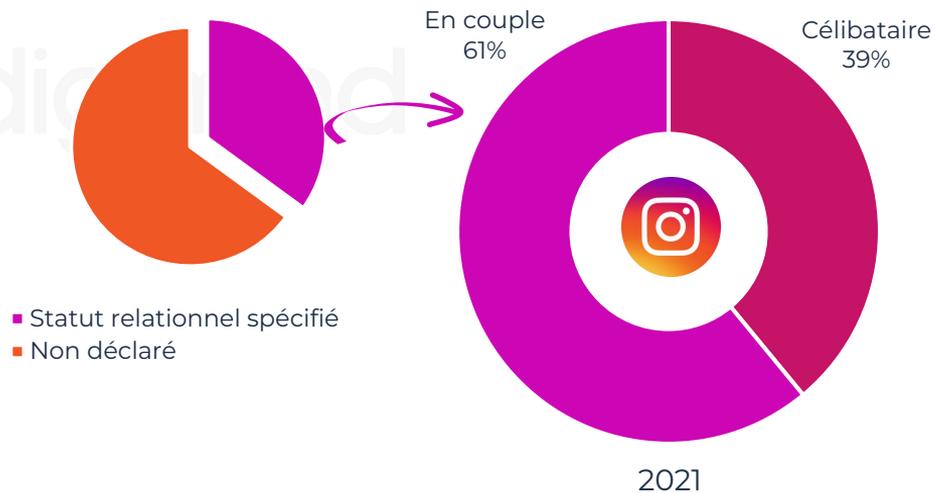
Profils des utilisateurs Instagram en France : statut relationnel et éducation



Niveau d'éducation utilisateurs Instagram en France



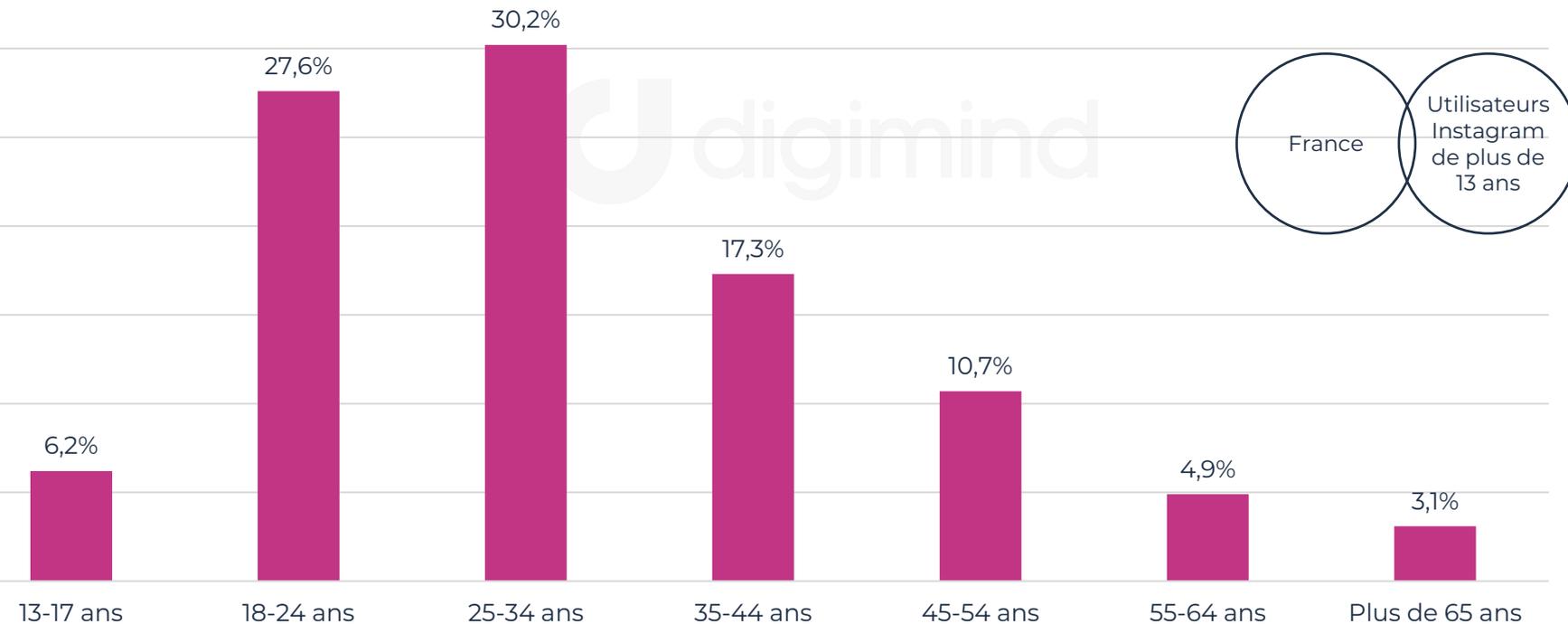
Statut relationnel utilisateurs Instagram en France



Source : Etude Soprism. Profilage audience Instagram- février 2020-décembre 2021 -utilisateurs actifs



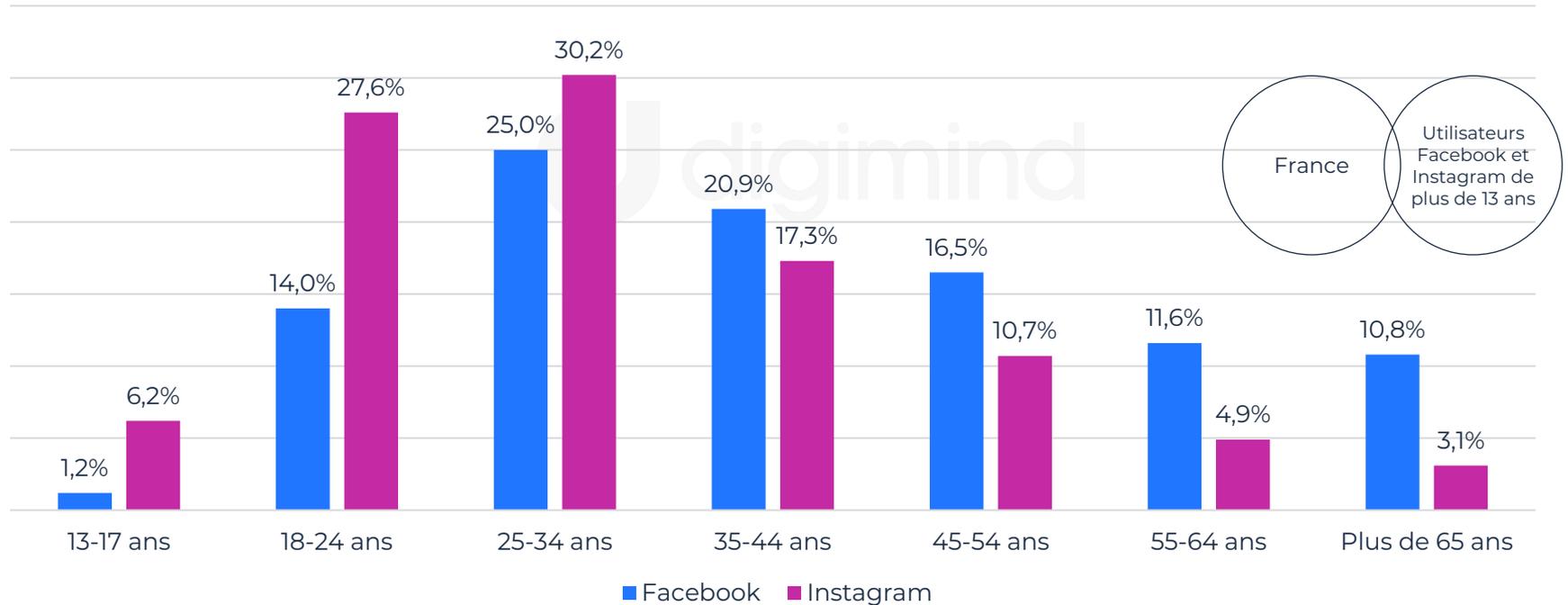
Profils de l'audience d'Instagram en France par âge



Source : Etude Soprism. Profilage audience Instagram -décembre 2021 -utilisateurs actifs



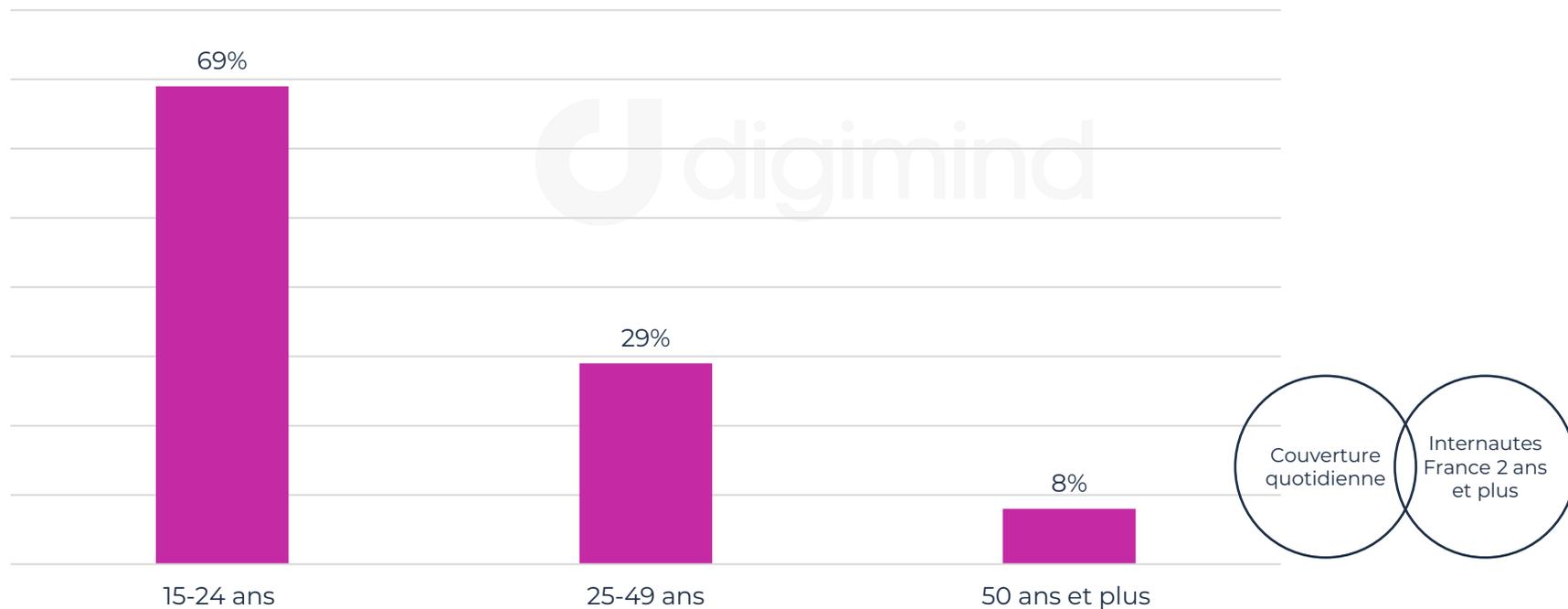
Comparaison des Profils de l'audience de Facebook et Instagram en France par âge



Source : Etude Soprism. Profilage audience Facebook & Instagram-décembre 2021 -utilisateurs actifs



Présence quotidienne sur Instagram par tranches d'âge. France



Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings – Audience Internet Global – France – octobre 2020
– base 2 ans et plus – Couverture quotidienne – catégorie réseaux sociaux +Messageries





89 % des Gen Z

utilisent Instagram
quotidiennement en
France

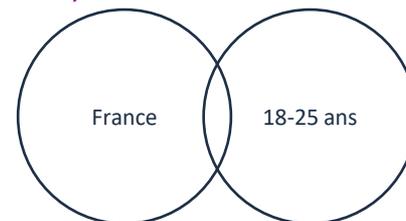
34 % utilisent les DM
pour échanger avec leurs
communautés.

Les sujets

voyages
musique
bien-être
nourriture

Sur Instagram

plus sensible à la mode (39
%)
et à la
beauté (35 %).



Source : YouGov pour Facebook IQ nov. 2020.



Snapchat



25 millions d'utilisateurs actifs mensuel

18,1 millions d'utilisateurs actifs quotidiens

61%



39%



332 millions d'utilisateurs actifs quotidiens



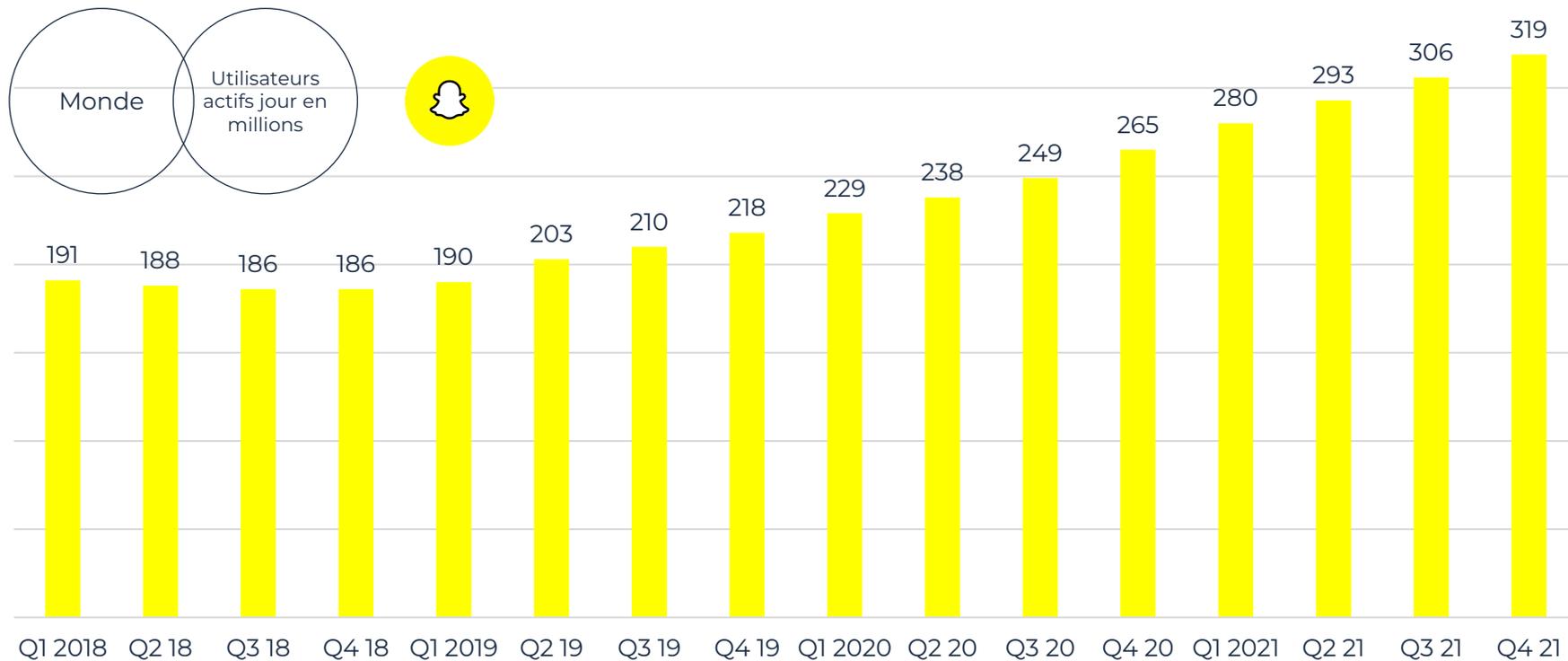


Source : We Are Social DataReportal

2021. Extrapolée à partir du Snapchat Audience Manager. Pays et territoires avec les plus grandes audiences publicitaires Snapchat par rapport à la population âgée de 13 ans et +



Nombre d'utilisateurs actifs quotidiens (DAU) Snapchat dans le monde 2018-2021



Source : Snap Inc. 2018-2021 Quarters Earnings Slides



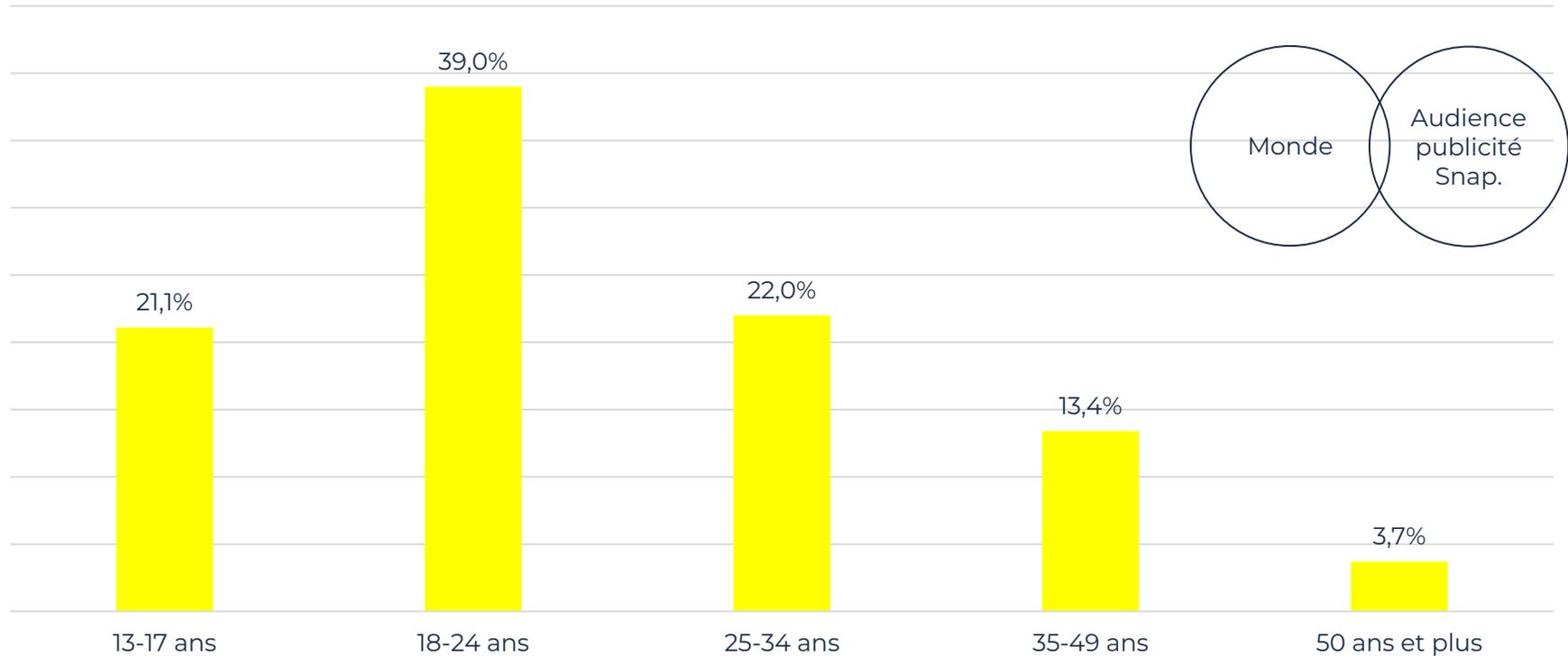
Nombre d'utilisateurs Snapchat dans le monde 2018-2023 (prévisions)



Source : eMarketer.



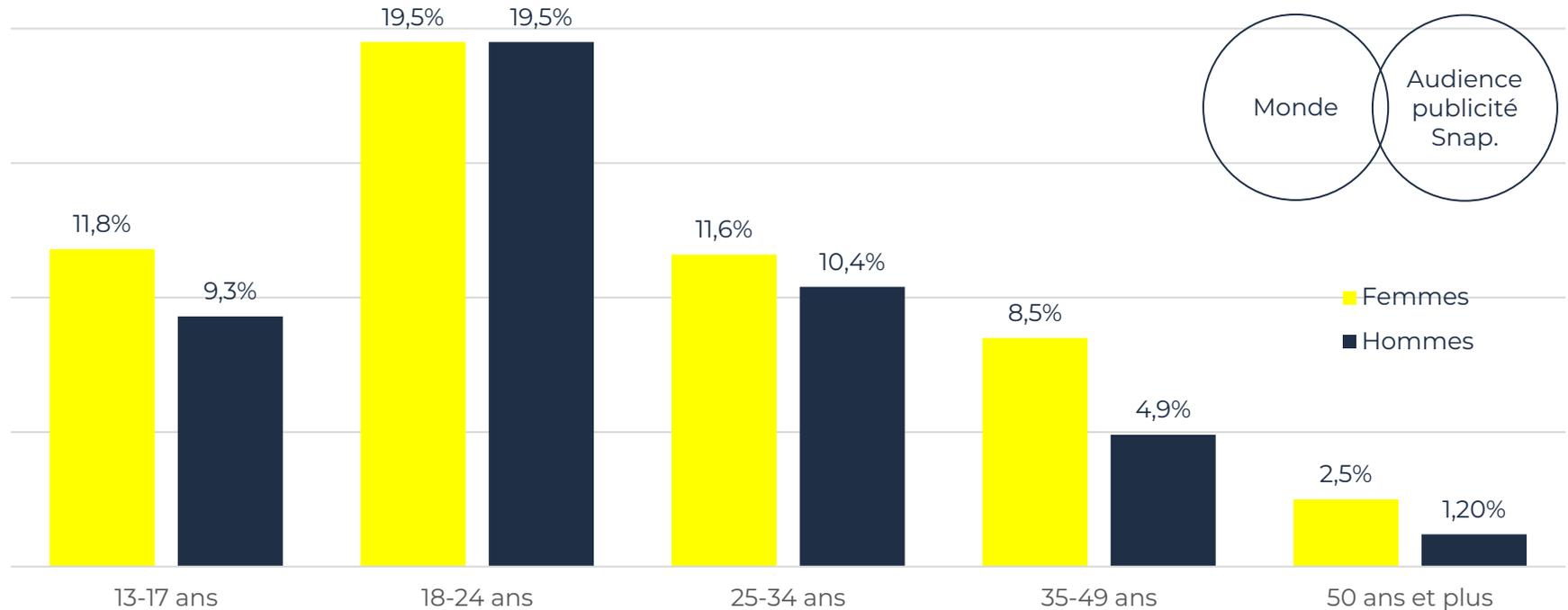
Démographie : Age de l'audience de Snapchat dans le Monde



Source : We Are Social DataReportal janvier 2022. Répartition de l'audience potentielle extrapolée à partir du Snap Ads Manager. L'audience de la publicité peut-être différente des utilisateurs actifs uniques.



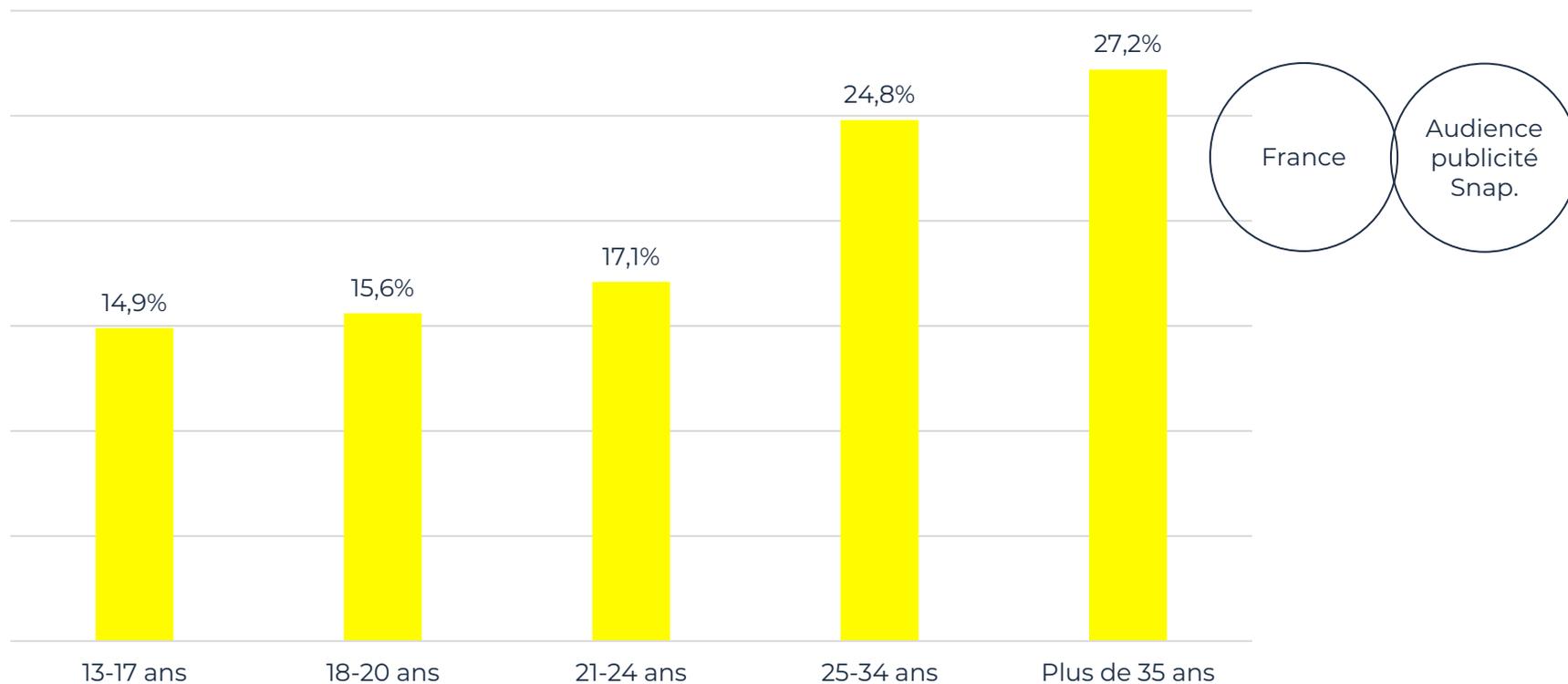
Démographie : Age et genre de l'audience de Snapchat dans le Monde



Source : We Are Social DataReportal janvier 2022. Répartition de l'audience potentielle extrapolée à partir du Snap Ads Manager. L'audience de la publicité peut-être différente des utilisateurs actifs uniques.



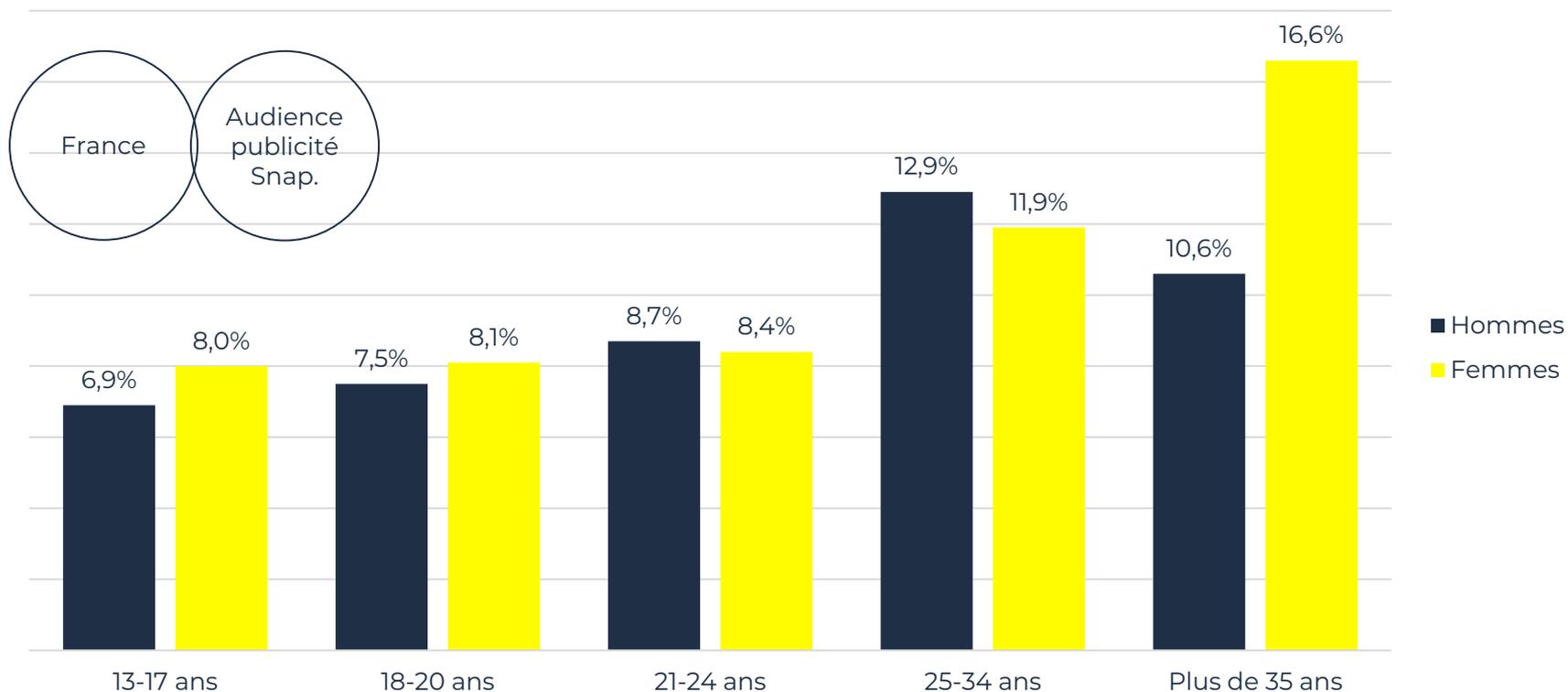
Démographie : Age de l'audience de Snapchat en France



Source : Snap Ads Manager Audiences. Ciblage France. Juillet 2021



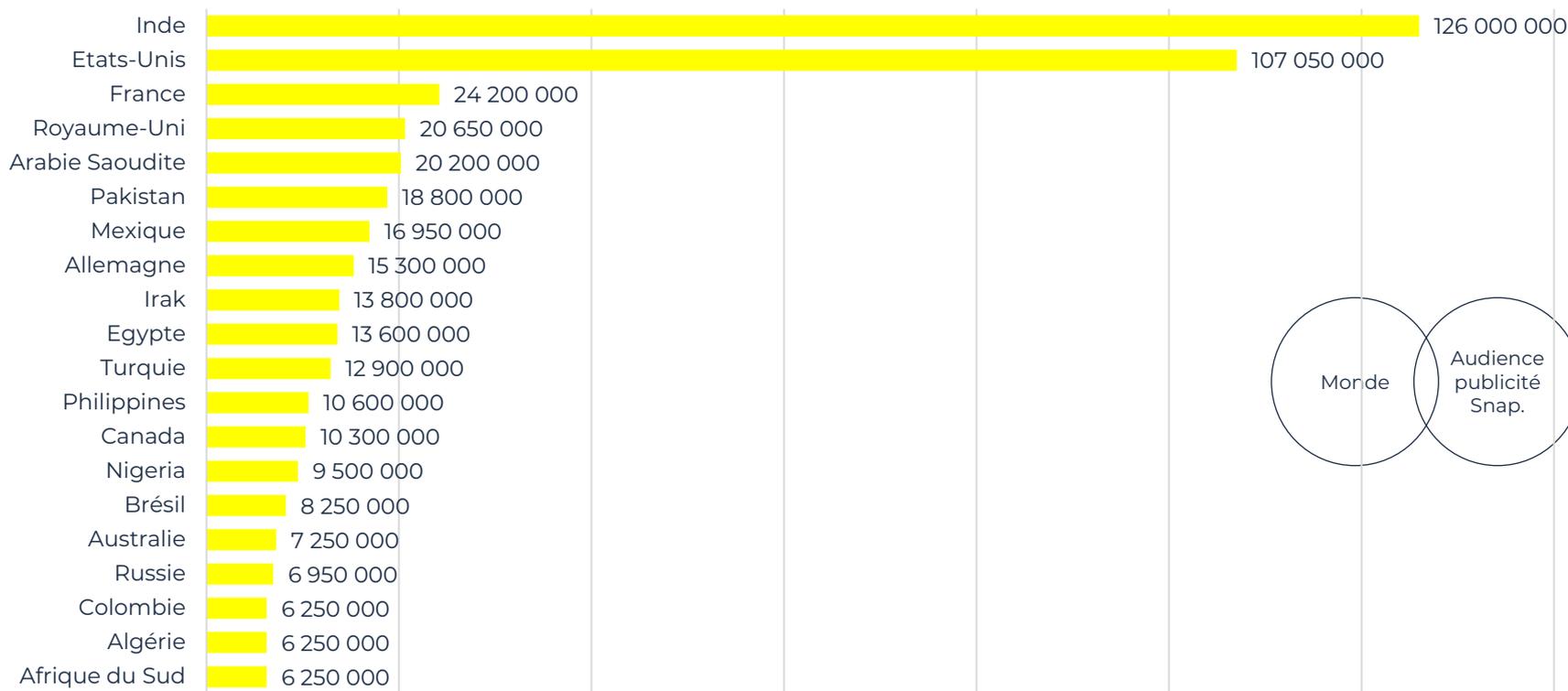
Démographie : Age et genre de l'audience de Snapchat en France



Source : Snap Ads Manager Audiences. Ciblage France. Juillet 2021



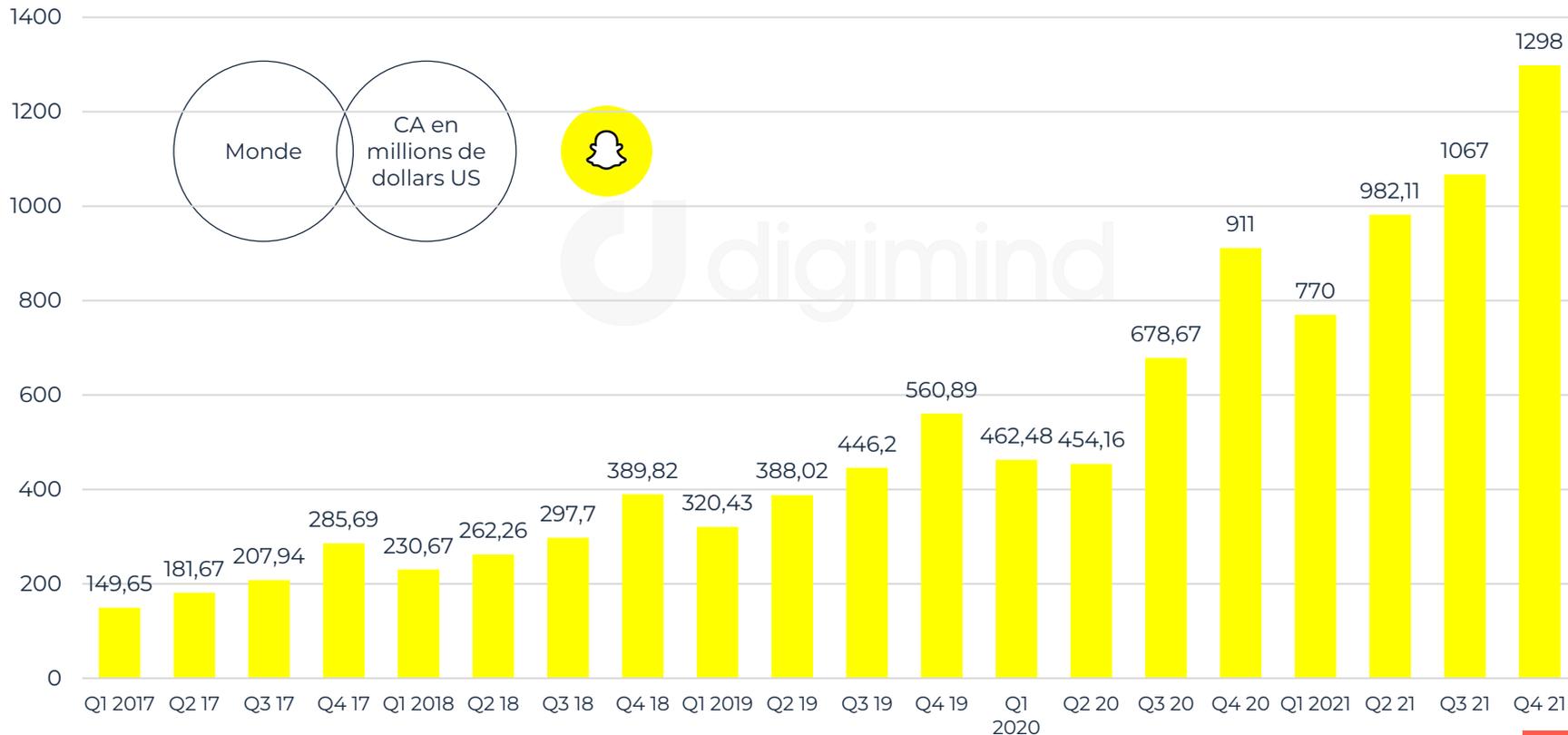
Audience de Snapchat dans le Monde : le top 20 des pays en nombre d'utilisateurs



Source : We Are Social DataReportal janvier 2022. Répartition de l'audience potentielle extrapolée à partir du Snap Ads Manager. L'audience de la publicité peut-être différente des utilisateurs actifs uniques.



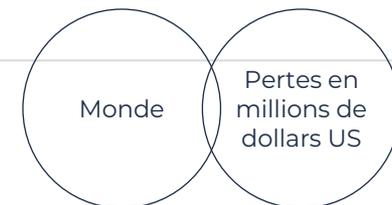
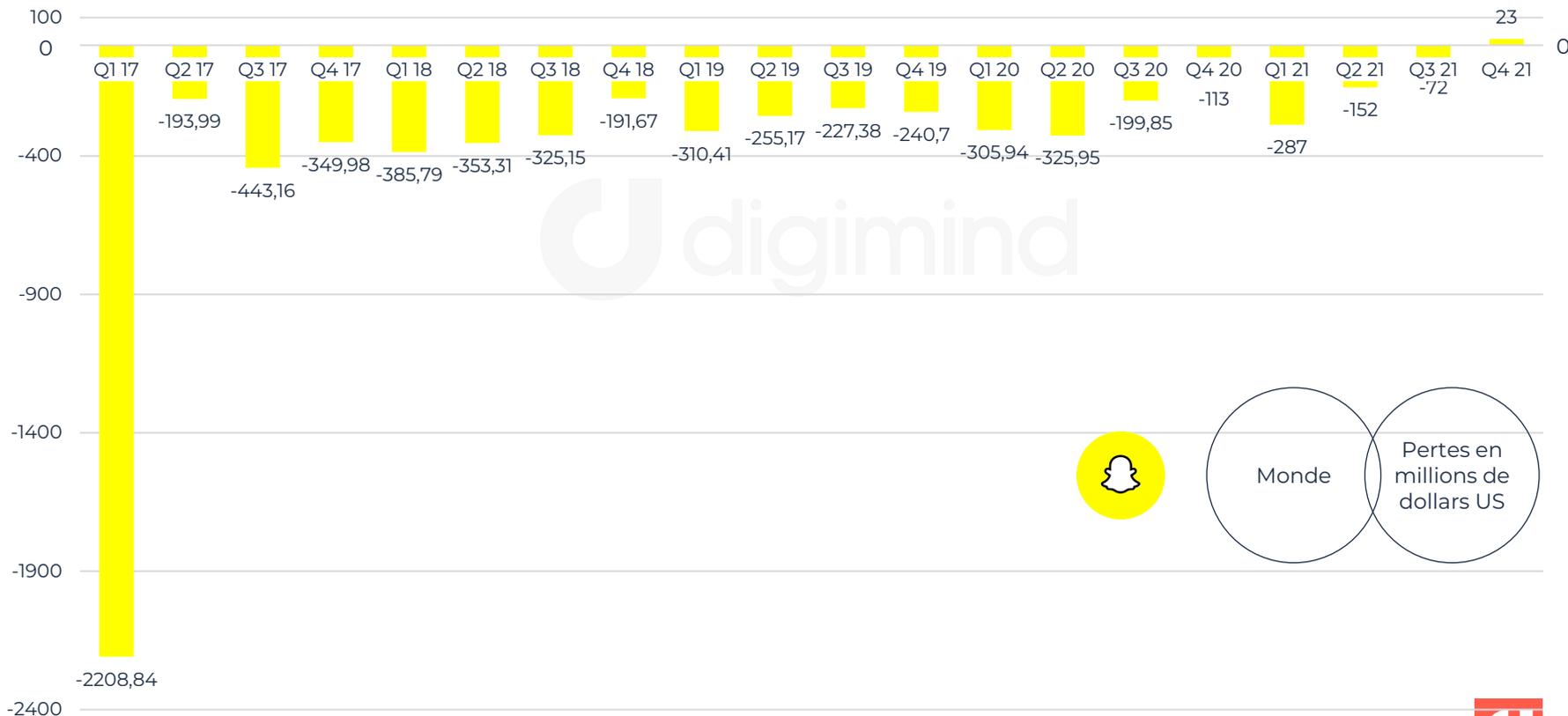
Chiffre d'affaires trimestriel de de Snapchat 2017-2021 (millions de dollars)



Source : Snap Inc. 2017-2021 Quarters Earnings Slides



Résultats nets trimestriels de Snapchat 2017-2021 (millions de dollars)



Source : Snap Inc. 2017-2021 Quarters Earnings Slides



TikTok en bref



14,9 millions d'utilisateurs actifs mensuels

56%



44%



1 milliard d'utilisateurs actifs mensuels



9,4% taux d'engagement moyen comptes < 1000 followers

Sources : TikTok Newsroom 2021 – TikTok for business 2021 – Hype Auditor - Influencer Marketing Hub



TikTok : les téléchargements en bref



+3 milliards de téléchargements

Application la plus téléchargée en 2020
Et Q1 2021, Q2 2021



Application la plus téléchargée en France
en 2020
Et Q1 2021. 4^{ème} en Q2 2021

Sources : TikTok 2021 –Sensor Tower Store Intelligence 2021 - App Annie Intelligence 2021



Découvrez plus d'analyses dans le #datamind TikTok

Les chiffres et graphiques essentiels pour mieux comprendre TikTok

TikTok en bref

Données démographiques en France et dans le monde

Usages

Marques

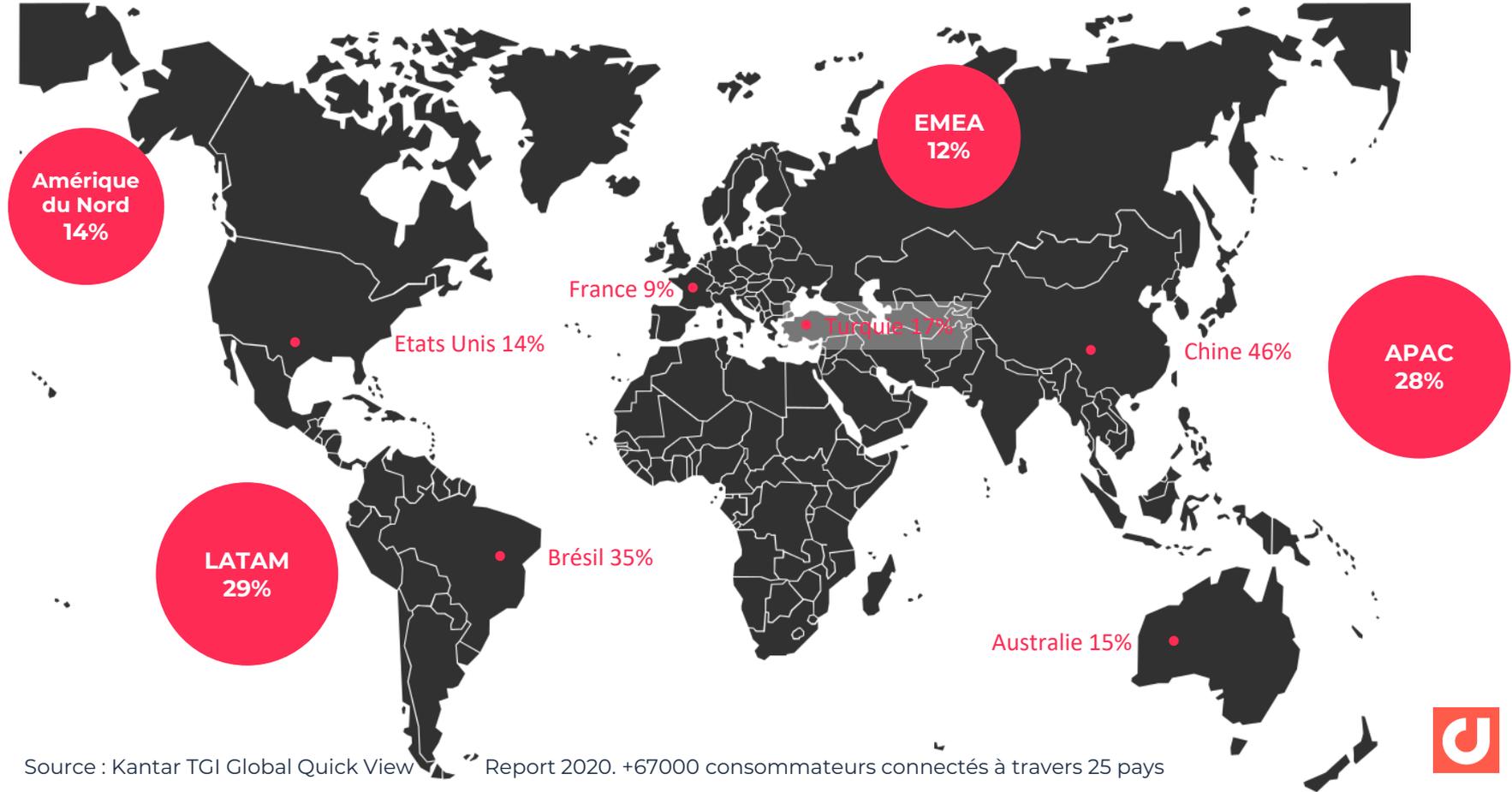
Classements : créateurs, musiques, hashtags

TikTok vs les autres réseaux sociaux



téléchargement gratuit

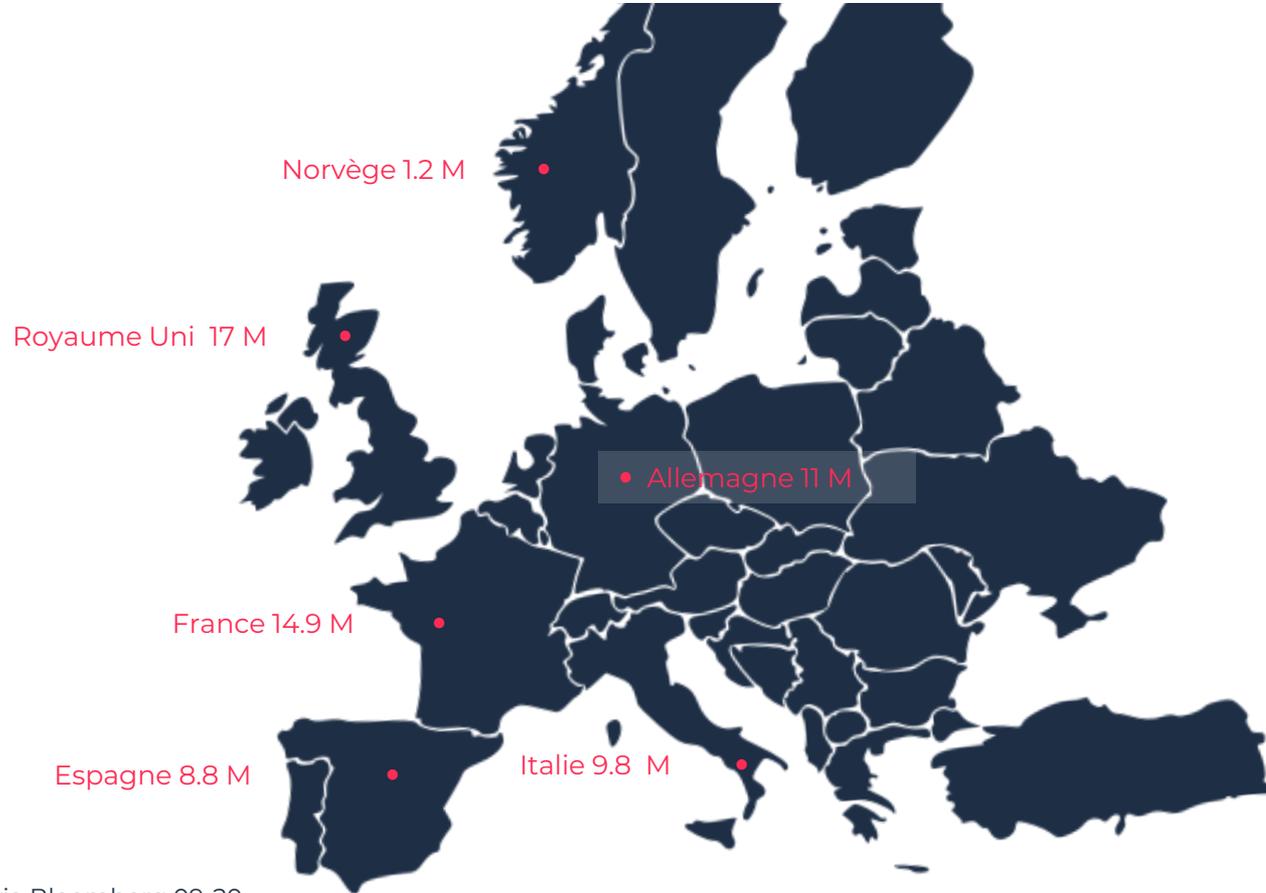
Pénétration de TikTok par pays



Source : Kantar TGI Global Quick View Report 2020. +67000 consommateurs connectés à travers 25 pays



Utilisateurs de TikTok en Europe : +100 M



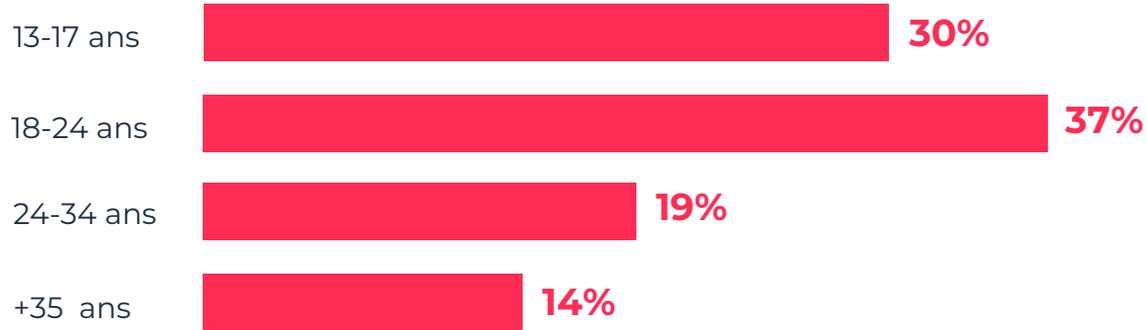
Source : TikTok officiels via Bloomberg 09-20





Utilisateurs actifs mensuels : **14.9 M**

70% des utilisateurs de TikTok ont **plus de 18 ans**



Utilisateurs en France



Sources : TikTok – TikTok for Business pitch deck – 2020 et 2021



Démographie de TikTok en France



56%



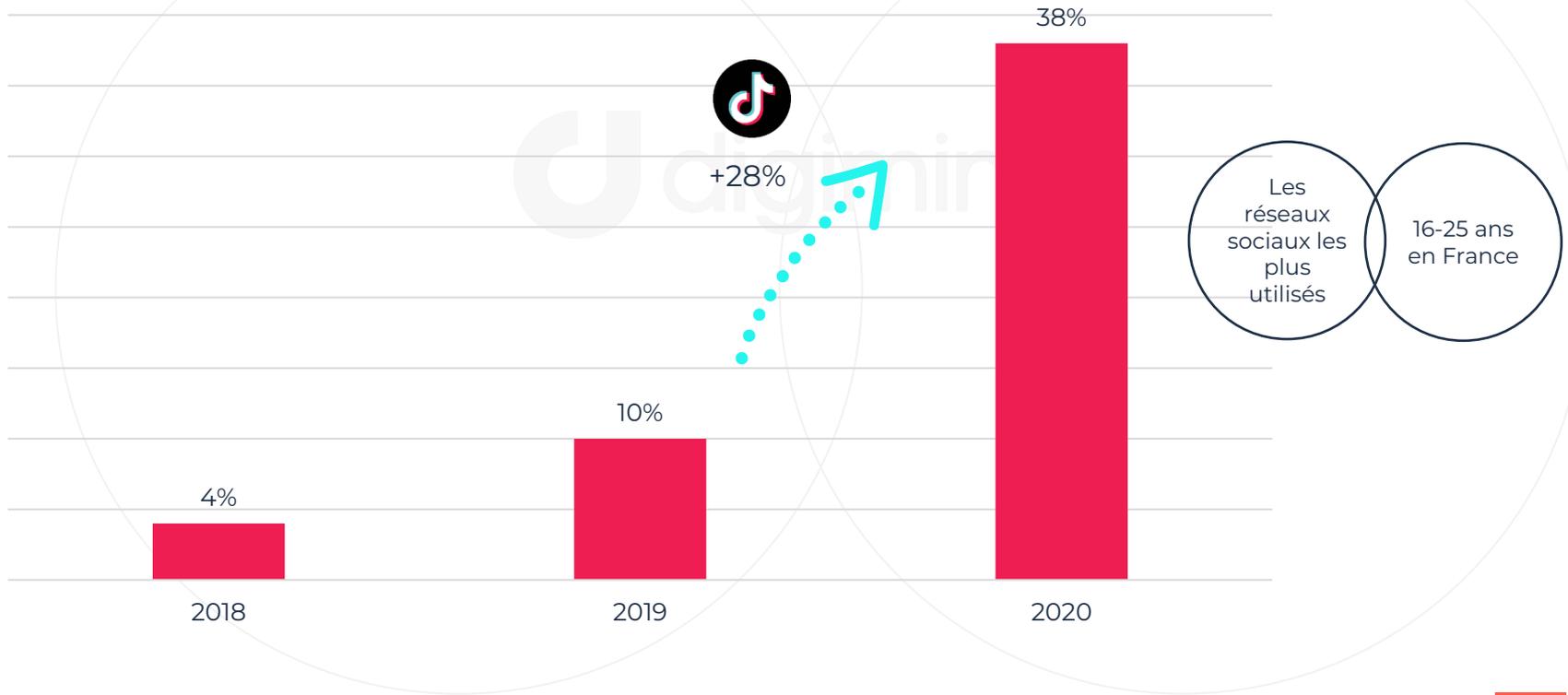
44%



Sources : TikTok for Business pitch deck – 2020 et 2021



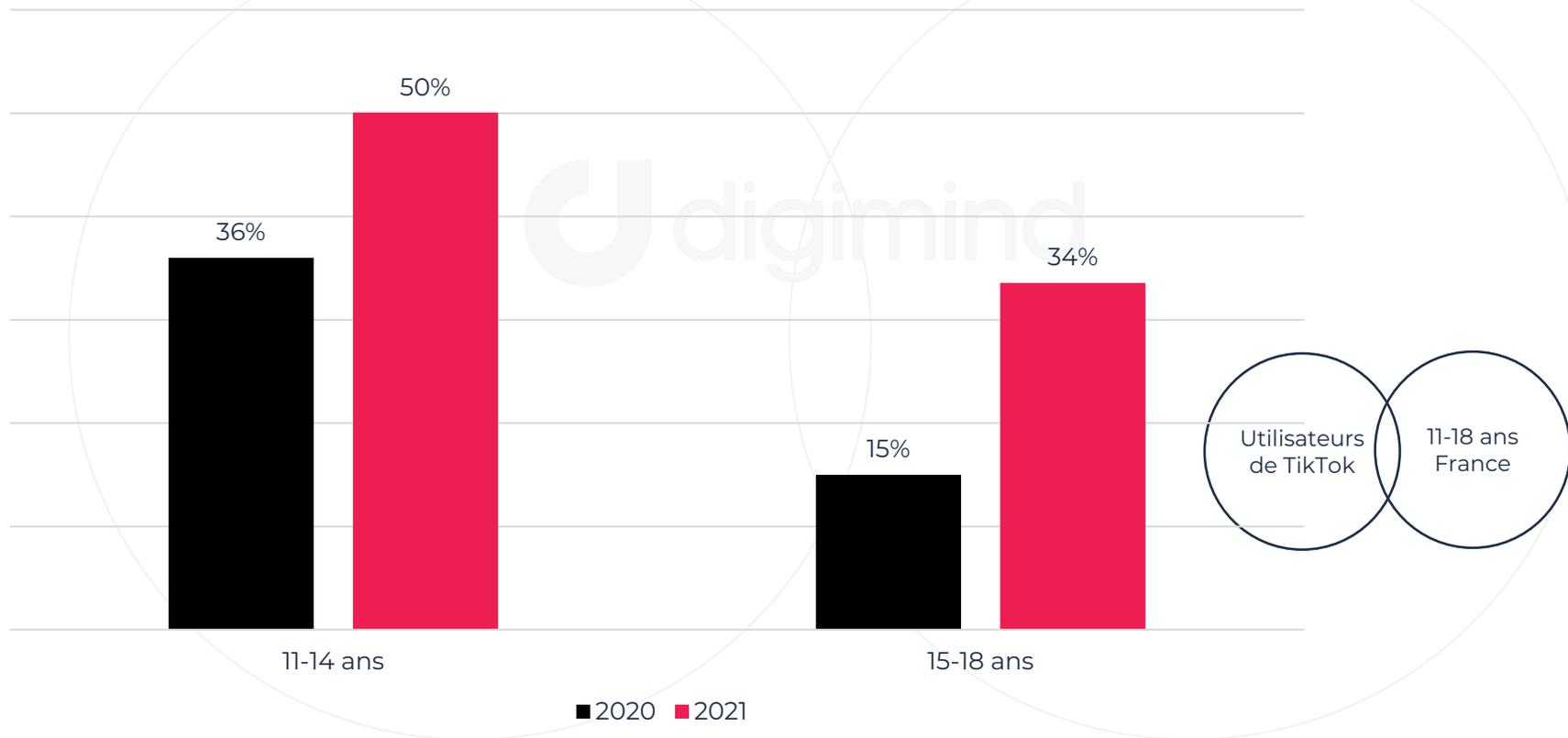
Progression de TikTok chez les 16-25 ans en France



Source : Etude Diplomeo 2018-2019-2020. 4682 jeunes âgés de 16 à 25 ans.



Evolution des utilisateurs de Tiktok auprès des 11-18 ans en France



Source : Génération Numérique – Enquête 2020-2021 – 6517 jeunes





Temps passé sur TikTok **par mois** : **17,3 heures**



15-24
ans



Temps passé sur TikTok **par jour** : **24 mn.**



40% sont sur TikTok chaque jour

Sources : App Annie State of Mobile 2021. Android seulement -
Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings – Audience Internet Global – France



Temps passé : TikTok grignote les autres activités de divertissement



35%

passent moins de temps
moins de temps à regarder
la TV ou des vidéos
depuis qu'ils utilisent
TikTok.



45%

passent moins de
temps sur les
applications de
rencontre.



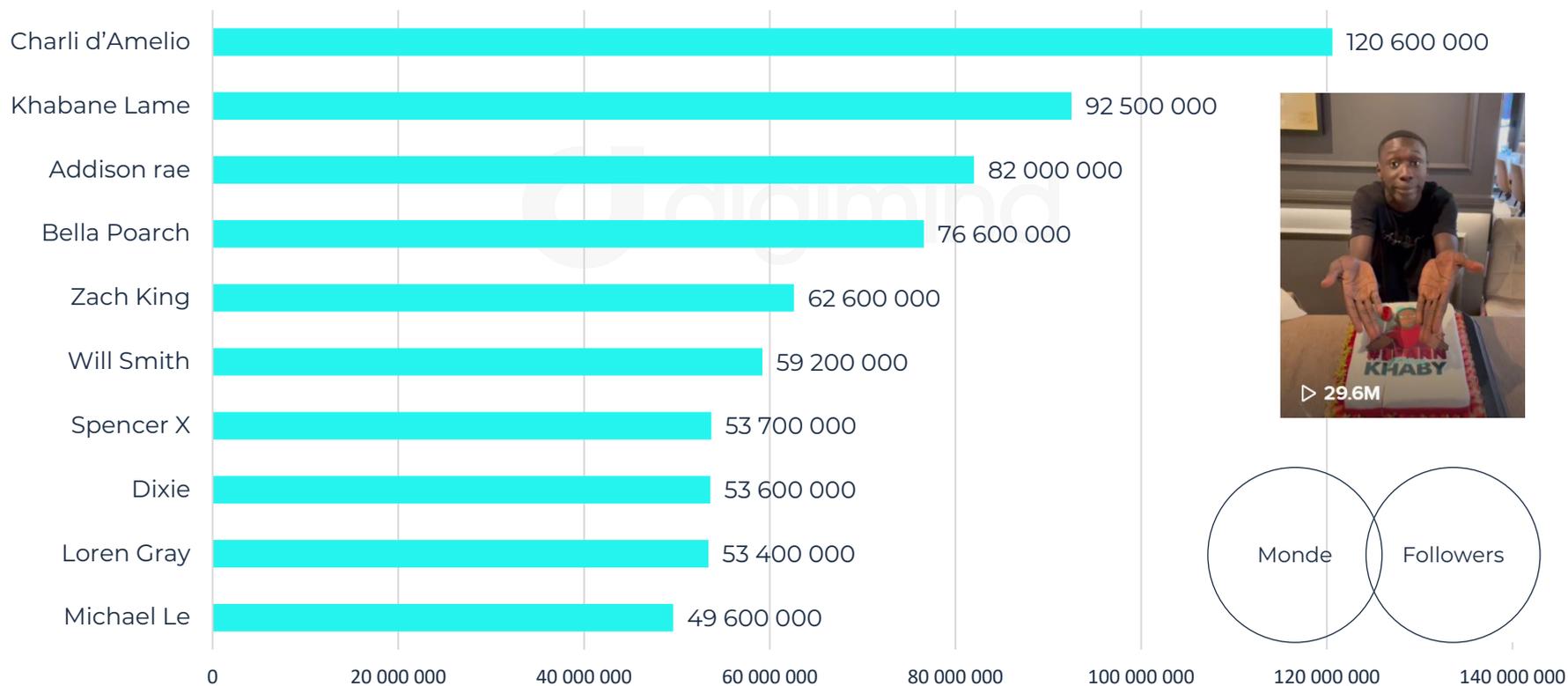
46%

engagent avec
le contenu sans
distractions

Source : TikTok-Kantar - Marketing Science Global Time Well Spent, utilisateurs de TikTok aux États-Unis, au Canada, au Royaume-Uni, en France, en Allemagne, en Italie, en Espagne et en Indonésie- 2021



Les comptes des créateurs TikTok les plus suivis dans le monde



Source : Social Blade juillet 2021



TikTok performe en téléchargements, dépenses par consommateurs, utilisateurs actifs



Téléchargements 2021

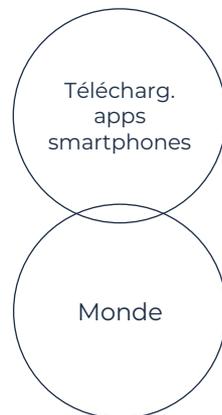
1		TikTok	=
2		Instagram	+1
3		Facebook	-1
4		WhatsApp	+1
5		Telegram	-1
6		Snapchat	+2
7		Messenger	+2
8		Zoom	-2
9		CapCut	+1
10		Spotify	new

Dépenses Utilisateurs 2021

		TikTok	+1
		YouTube	-1
		Tinder	=
		Disney+	=
		Tencent Video	=
		Piccoma	+3
		HBO Max	new
		Google One	-1
		Twitch	-1
		Bigo Live	-4

Utilisateurs actifs mensuels 2021

		Facebook	=
		WhatsApp	=
		Messenger	=
		Instagram	=
		Amazon	=
		TikTok	+2
		Telegram	-1
		Twitter	-1
		Spotify	+1
		Netflix	-1



Source : App Annie Intelligence 2022. iOS et Android. Année 2021



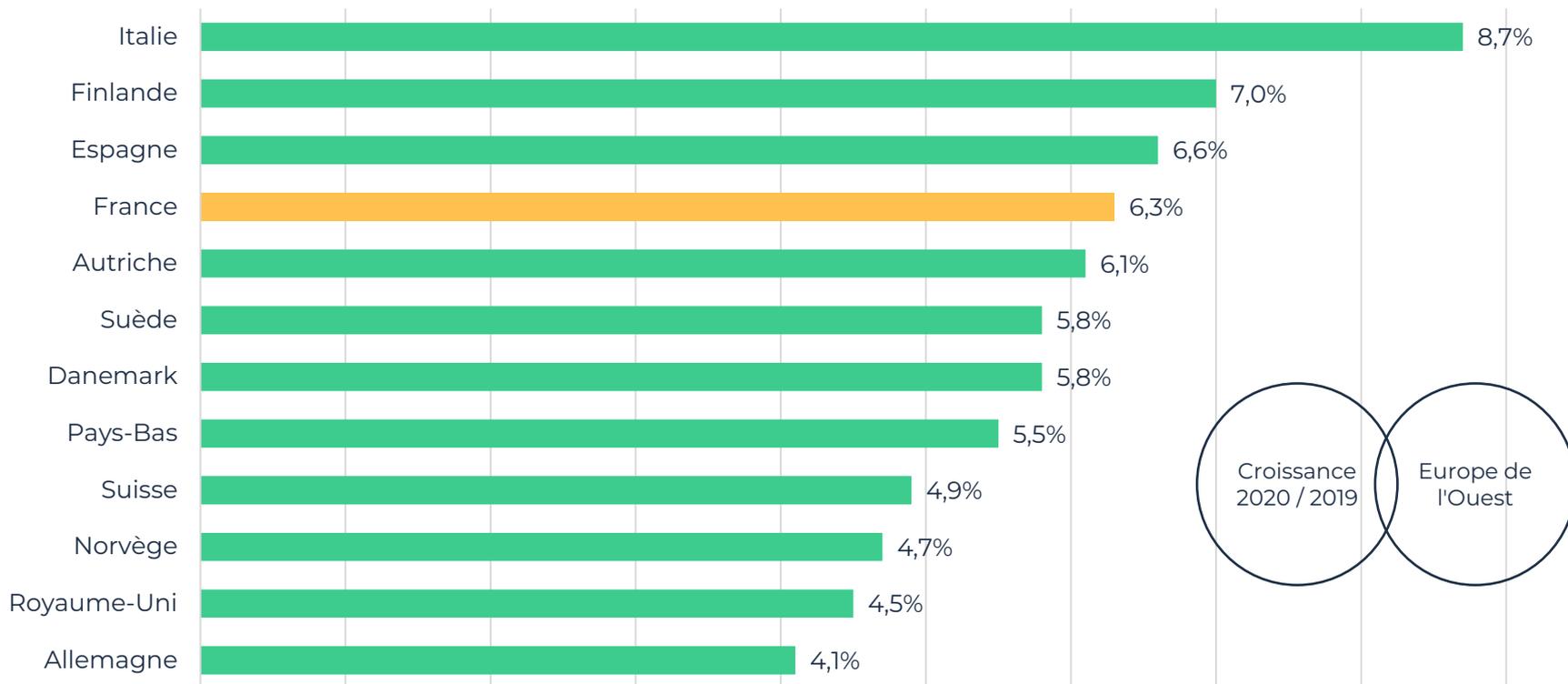
Messengeries



#Datamind www.digimind.com



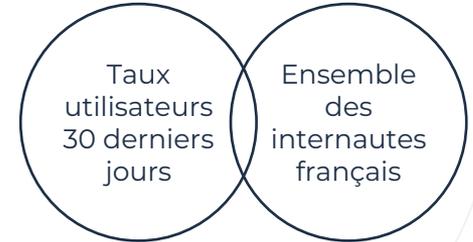
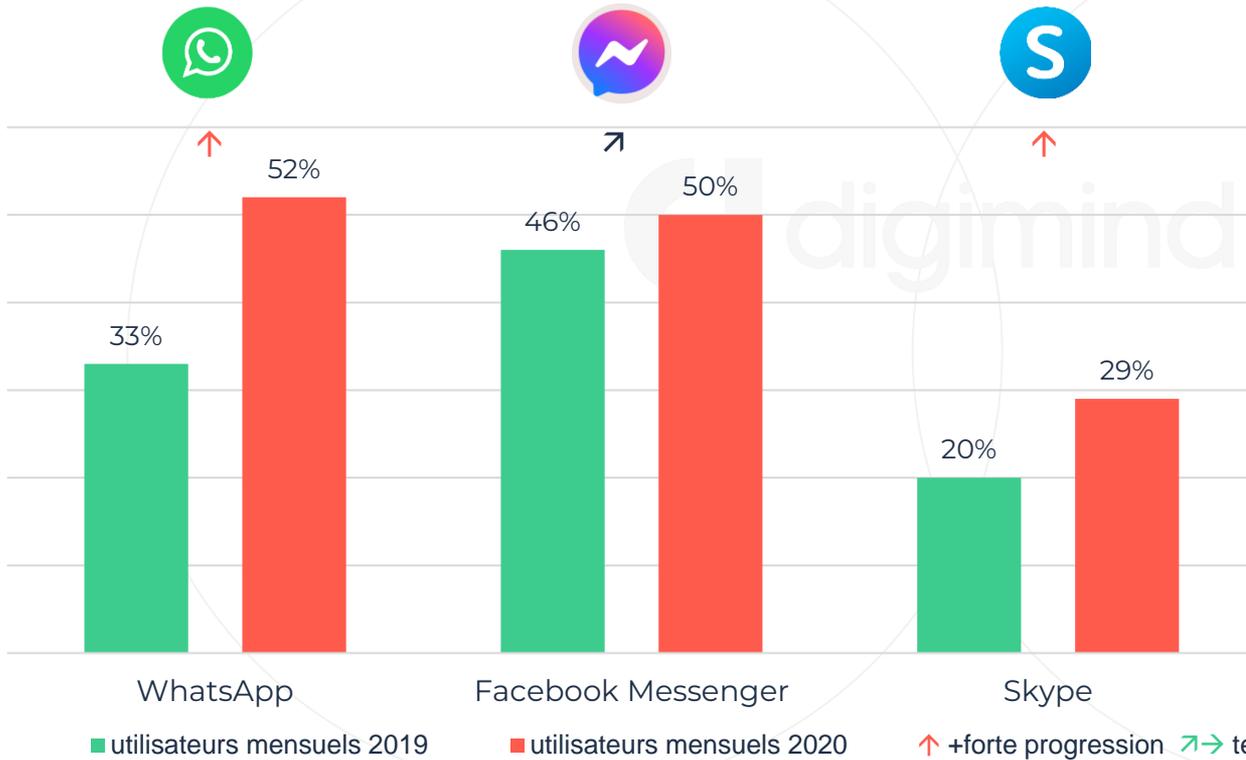
Croissance des utilisateurs d'applications mobiles de messagerie en Europe



Source : eMarketer – août 2020



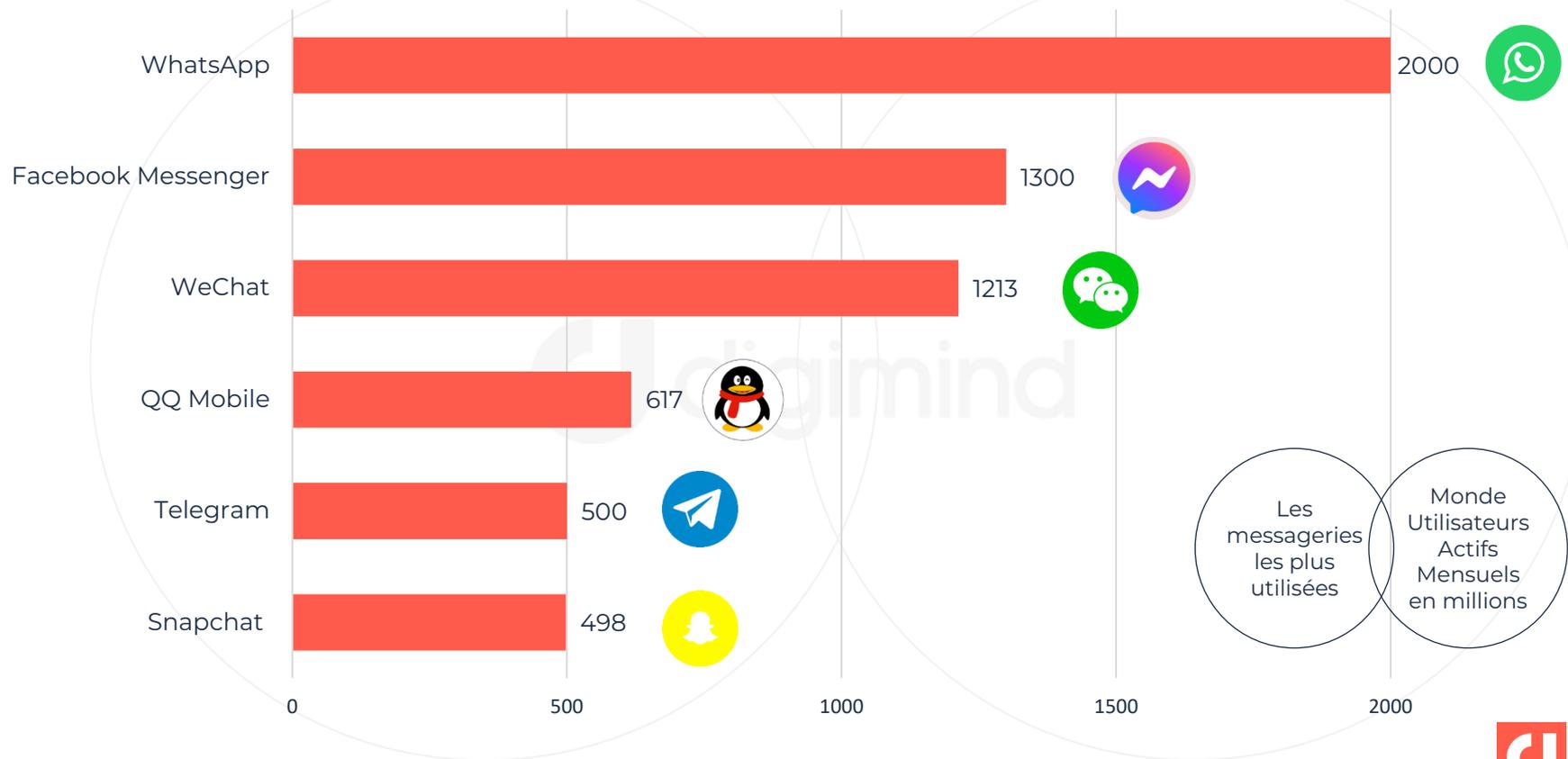
Taux d'utilisation des messageries par les internautes en France. 2020 Confinement



Source : Étude Harris Interactive février internautes français âgés de 15 ans et plus. Social Life 2019 et Social Life 2020 avec l'EBC.



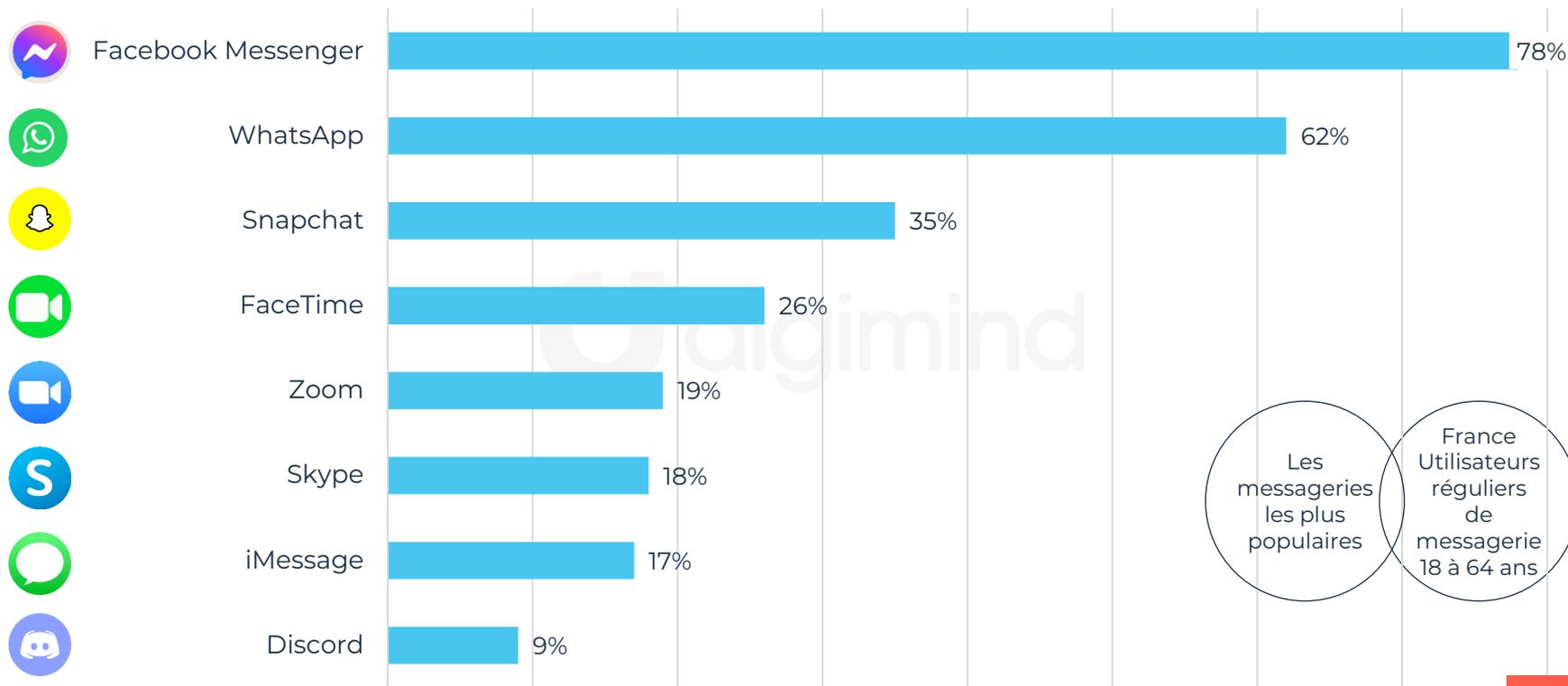
Les messageries instantanées les plus utilisées dans le monde



Source : Digital 2021 - Global Digital Overview Hootsuite-WeAreSocial



Les applications de messageries les plus populaires en France



Source : Statista 2021 – Statista Global Consumer Survey - février 2020 – mars 2021

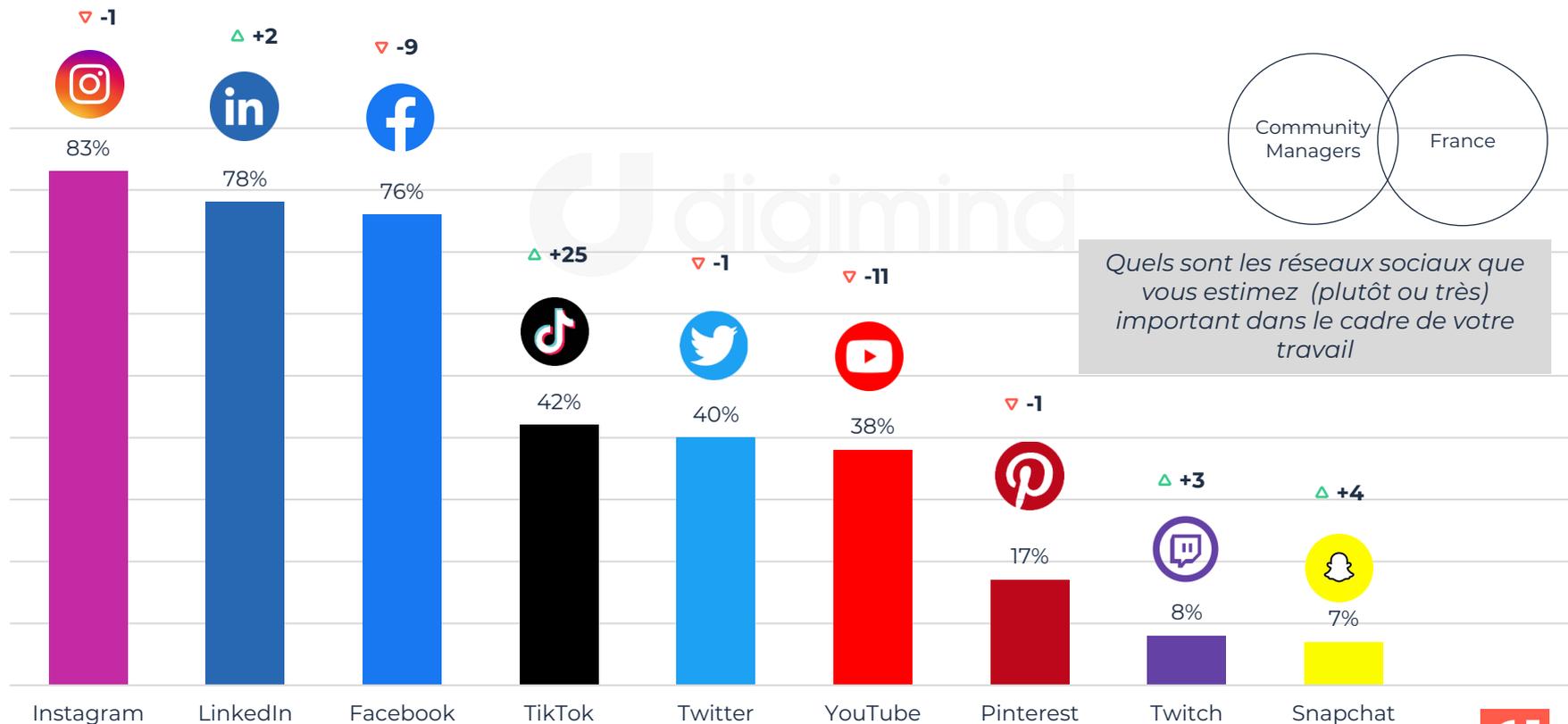


Marketing Digital

Social Media Marketing



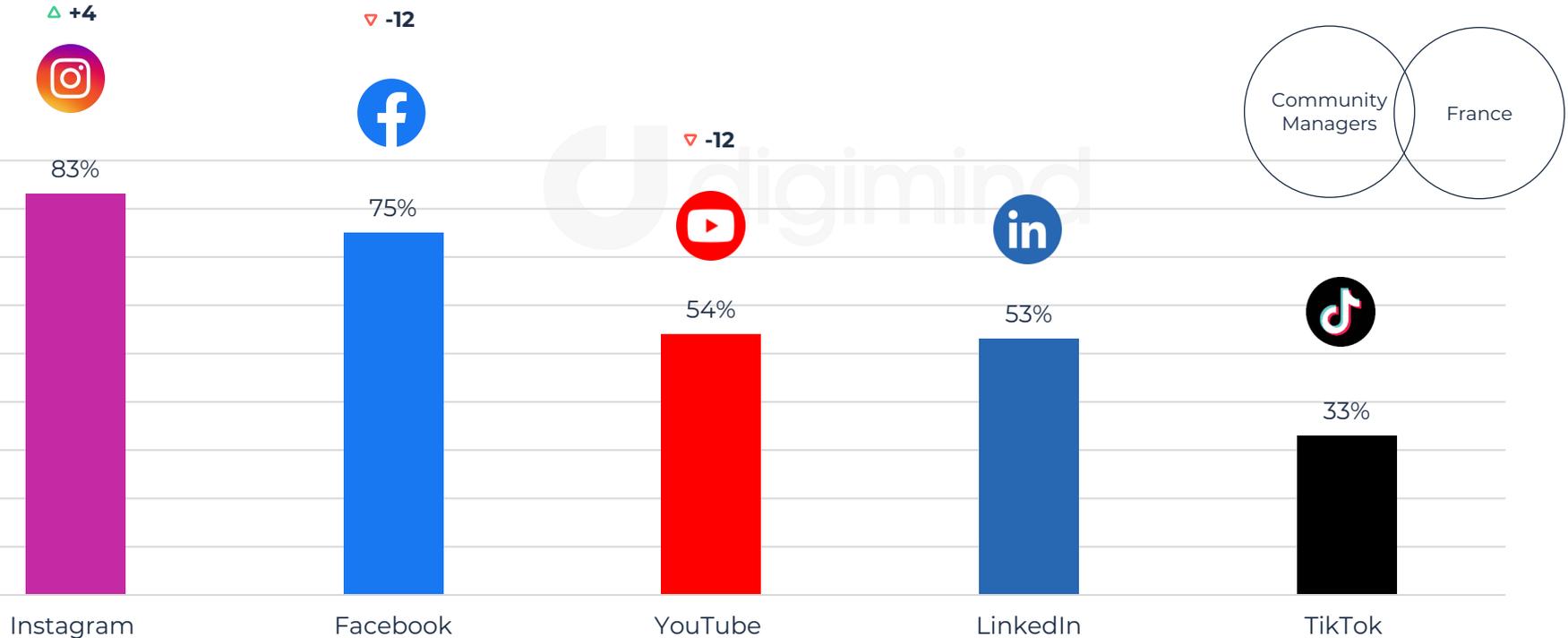
Les réseaux sociaux préférés des Community managers en France en 2022



Source : Enquête sur les community managers en France 2022. Blog du Modérateur. Variation 2022/ 2021



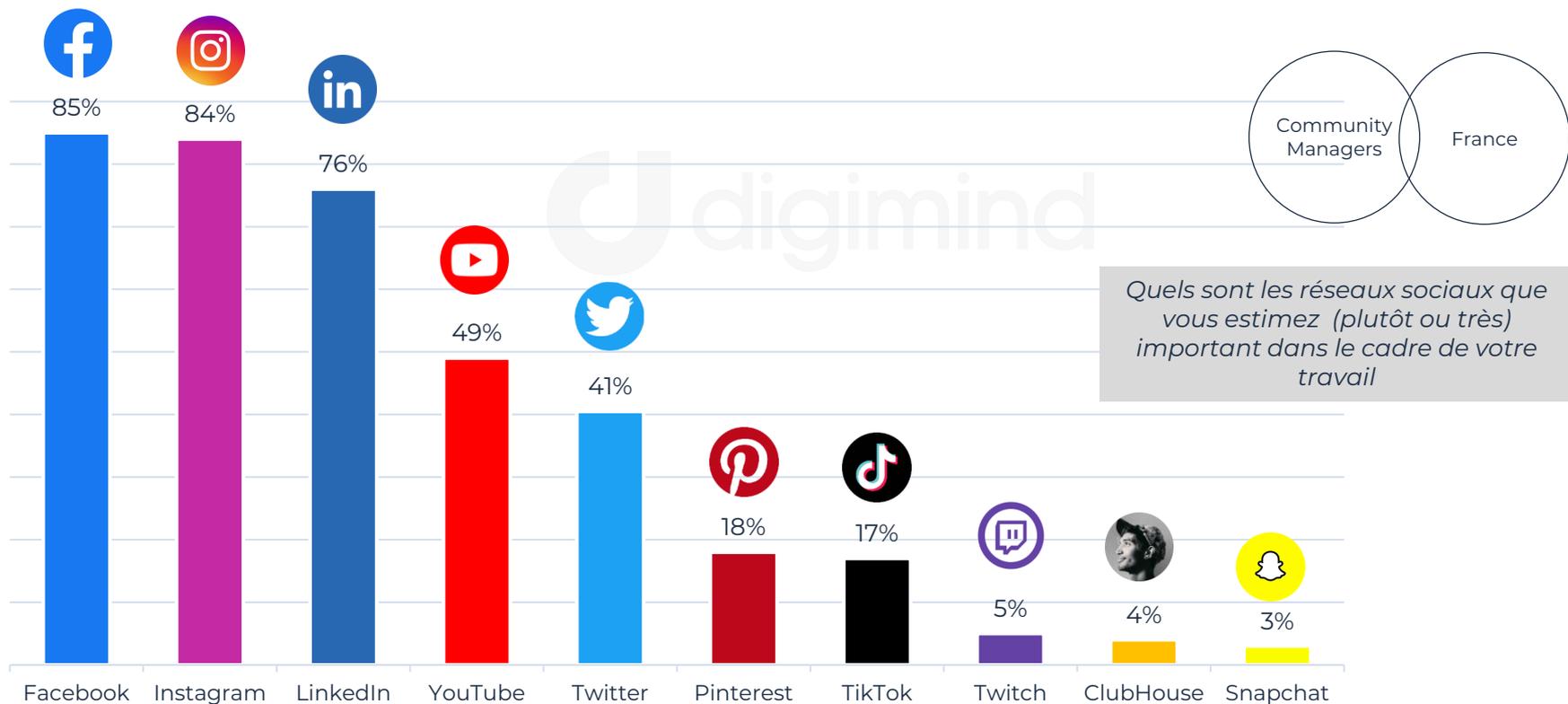
Les plateformes préférées des Community managers pour publier des vidéos. 2022



Source : Enquête sur les community managers en France 2022. Blog du Modérateur. Variation 2022/ 2021



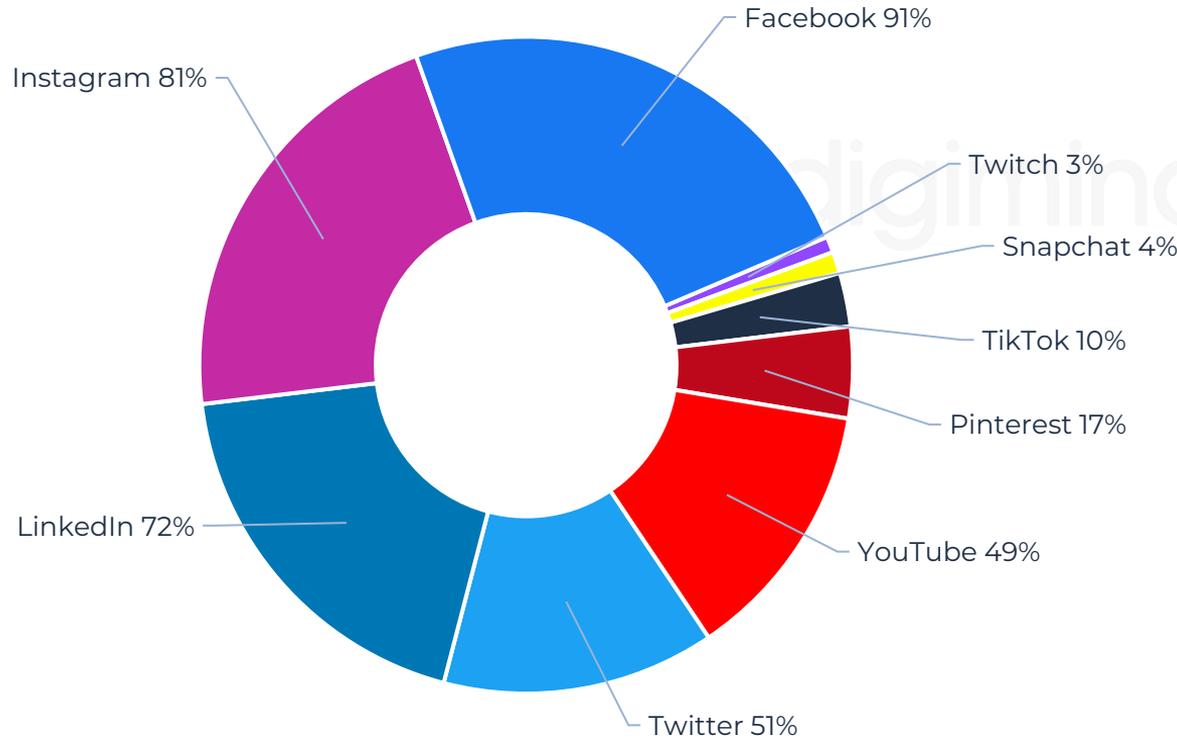
Les réseaux sociaux préférés des Community managers en France en 2021



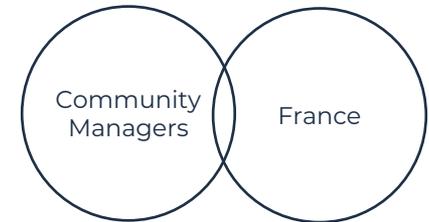
Source : Enquête sur les community managers en France 2021. Blog du Modérateur



Les réseaux sociaux préférés des Community managers en France en 2020



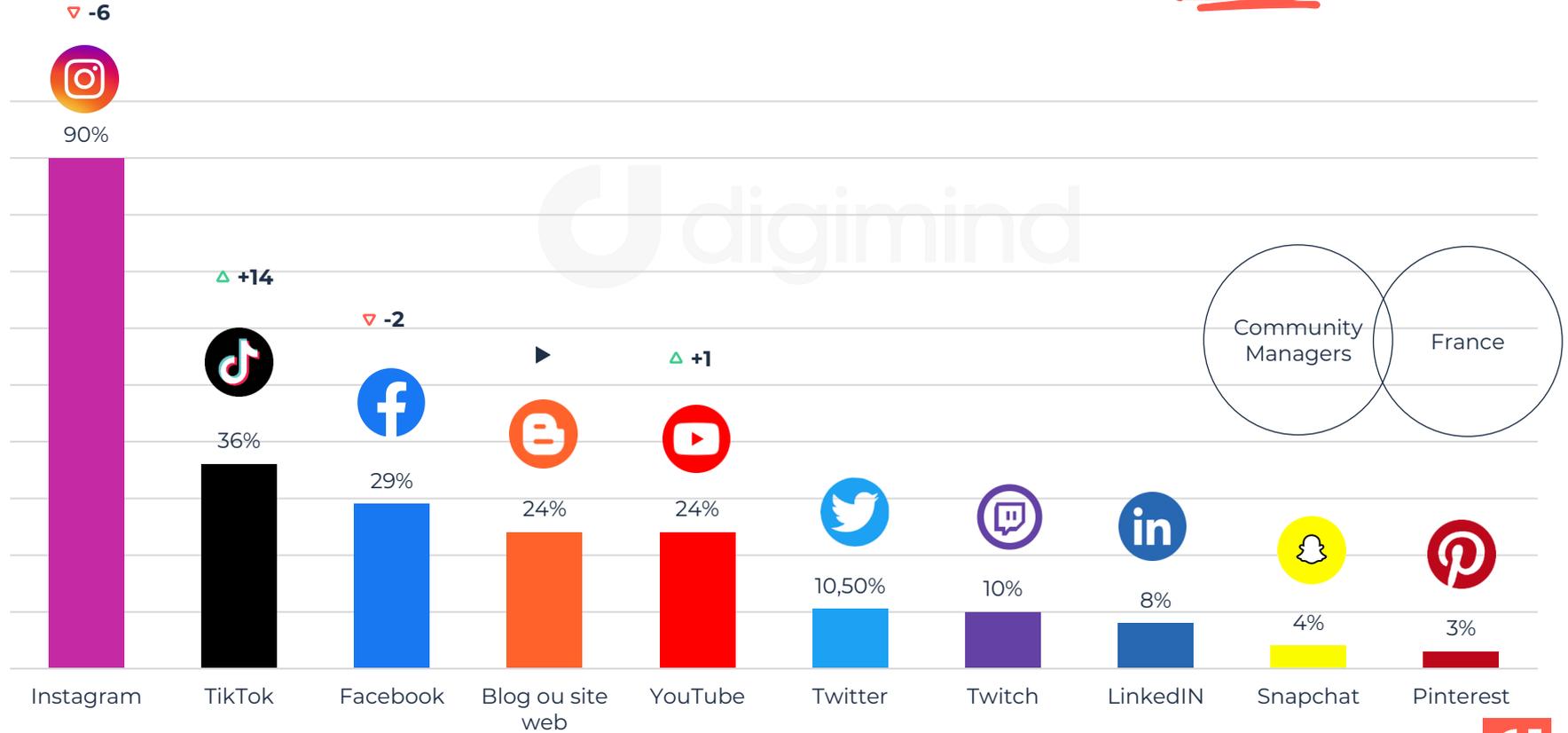
Quels sont les réseaux sociaux que vous estimez (plutôt ou très) important dans le cadre de votre travail



Source : Enquête sur les community managers en France 2020. Blog du Modérateur

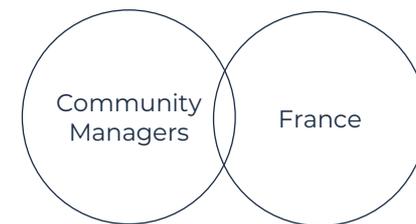
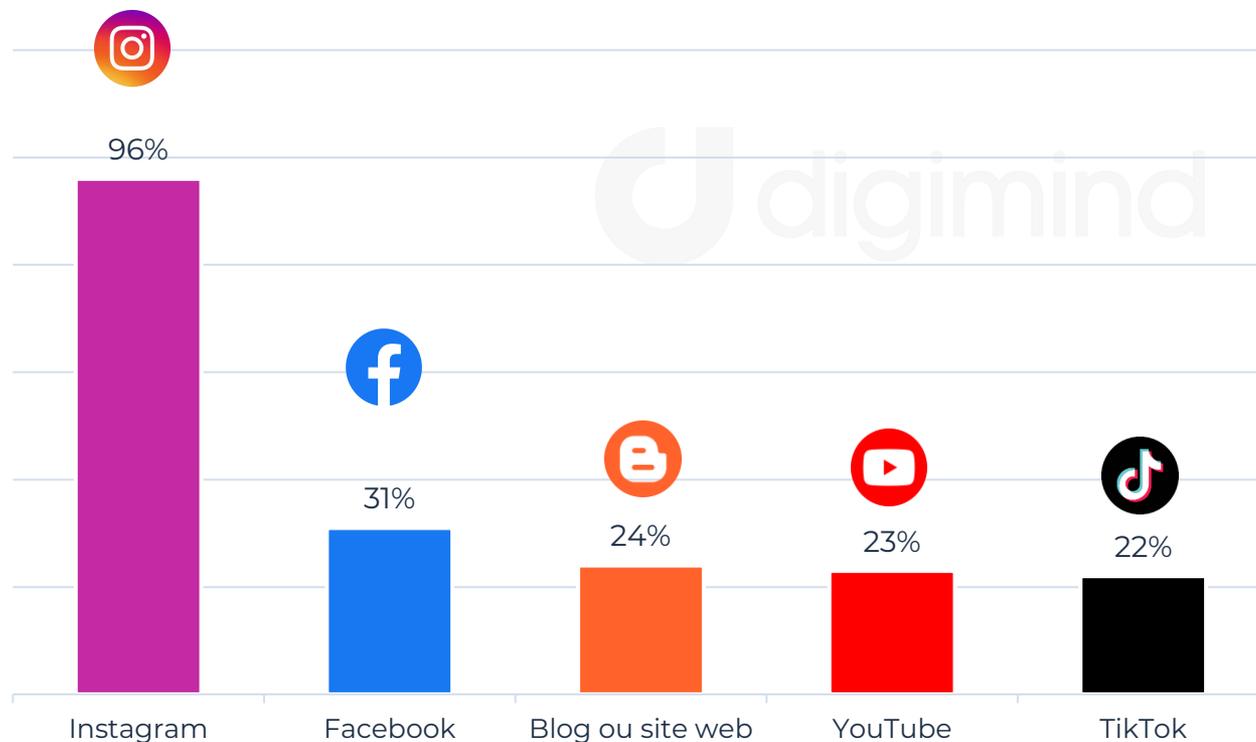


Les plateformes privilégiées des CM pour un partenariat avec des influenceurs. 2022



Source : Enquête sur les community managers en France 2022 Blog du Modérateur ▲ ▼ Variations 2022/2021

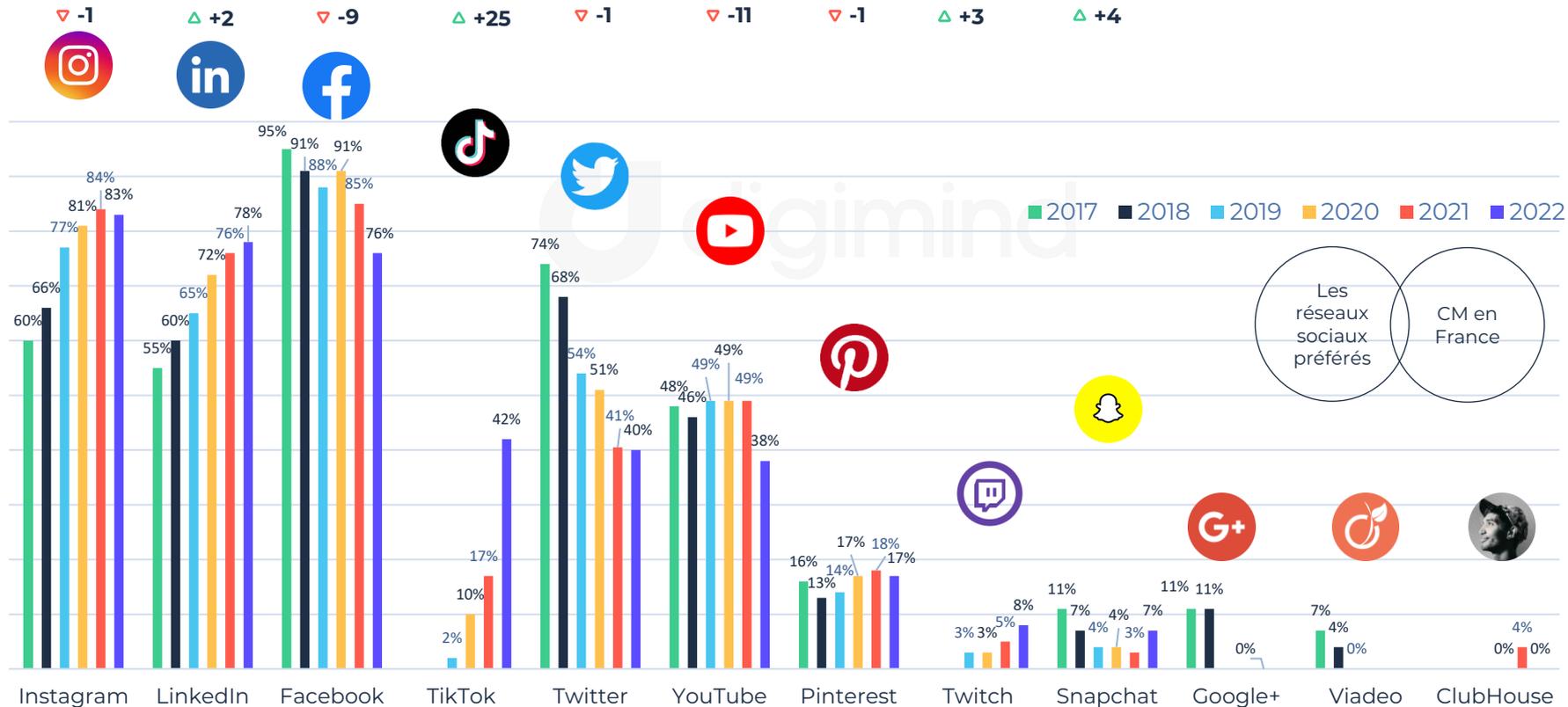
Les plateformes privilégiées des CM pour un partenariat avec des influenceurs en 2021



Source : Enquête sur les community managers en France 2021. Blog du Modérateur

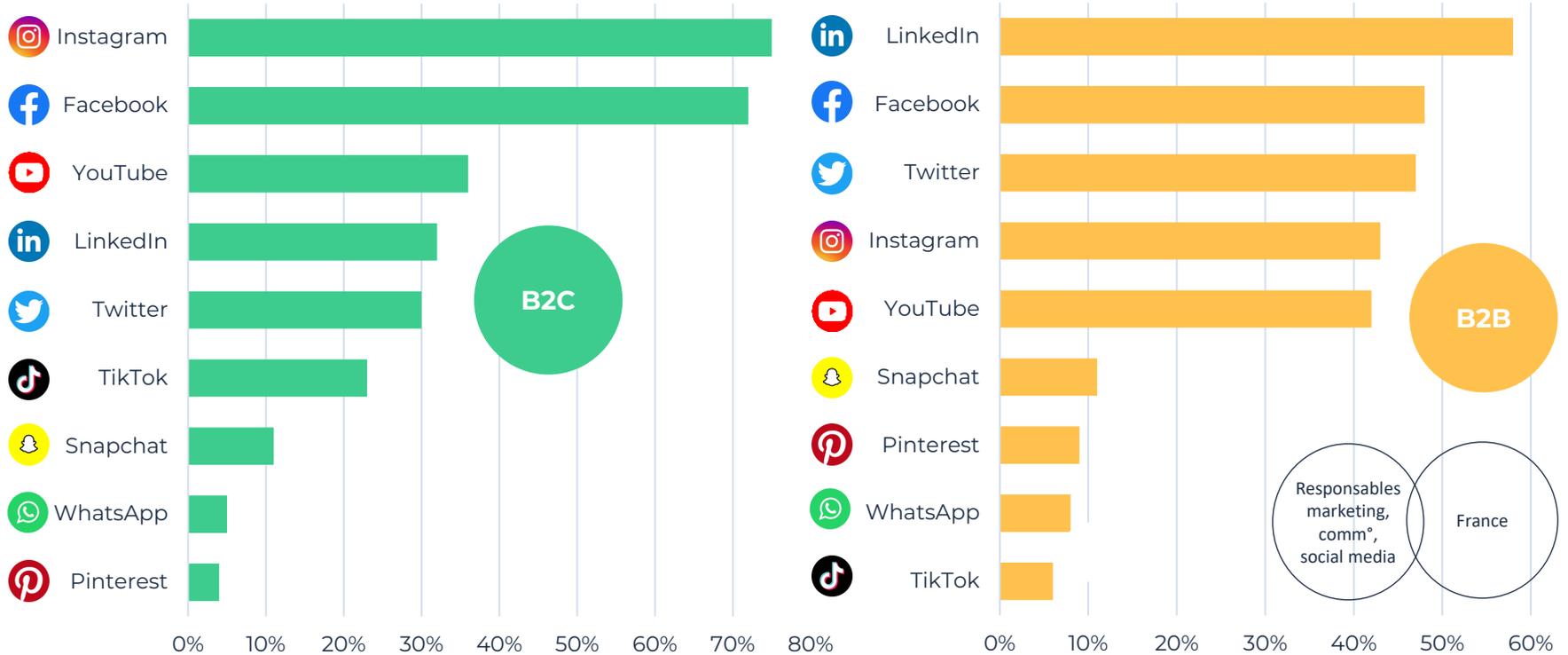


Les réseaux sociaux préférés des CM en France 2017-2022



Source : Etudes Blog du Modérateur 2017-2018-2019-2020-2021-2022 ▲ ▼ Variations 2022/2021

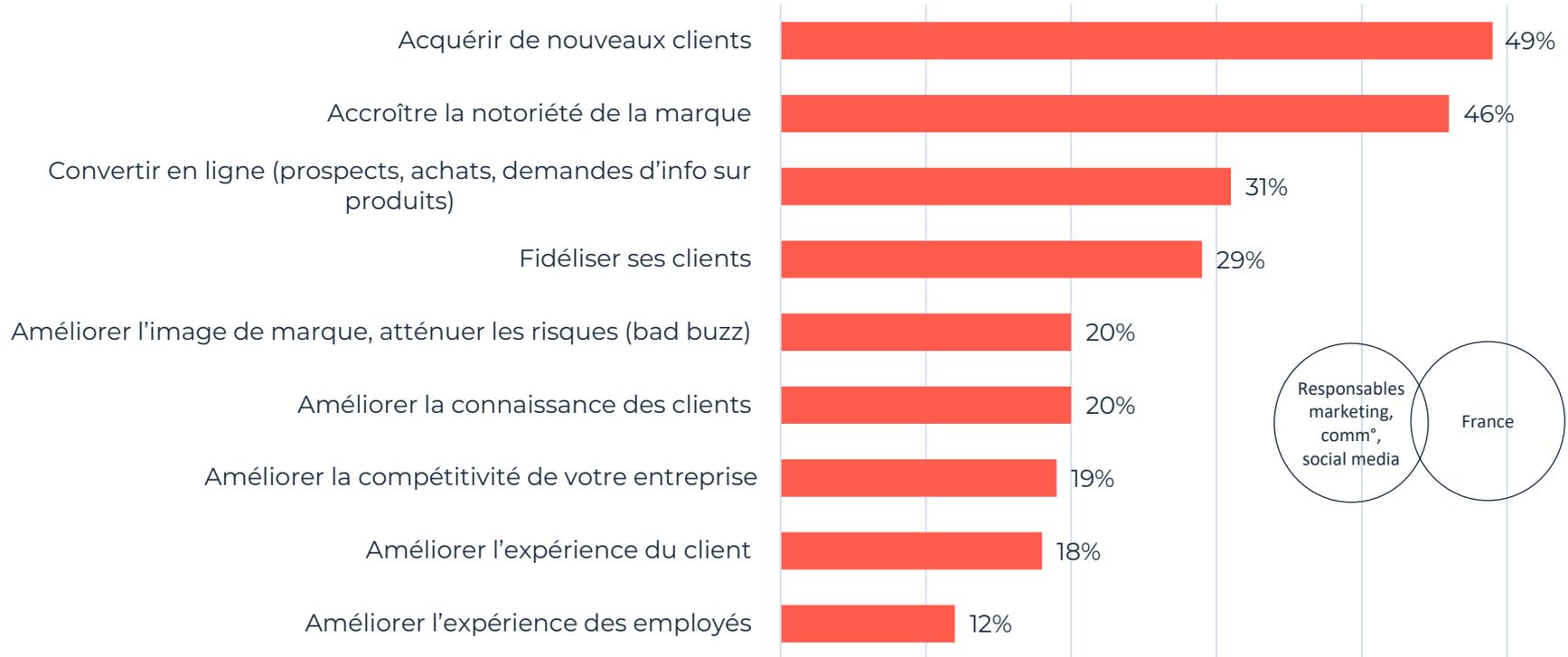
Les plateformes social media jugées les plus efficaces par les marketeurs : B2C B2B. France



Source : Baromètre Hootsuite Visionary marketing 2021 — 262 répondants. Professionnels du marketing - France



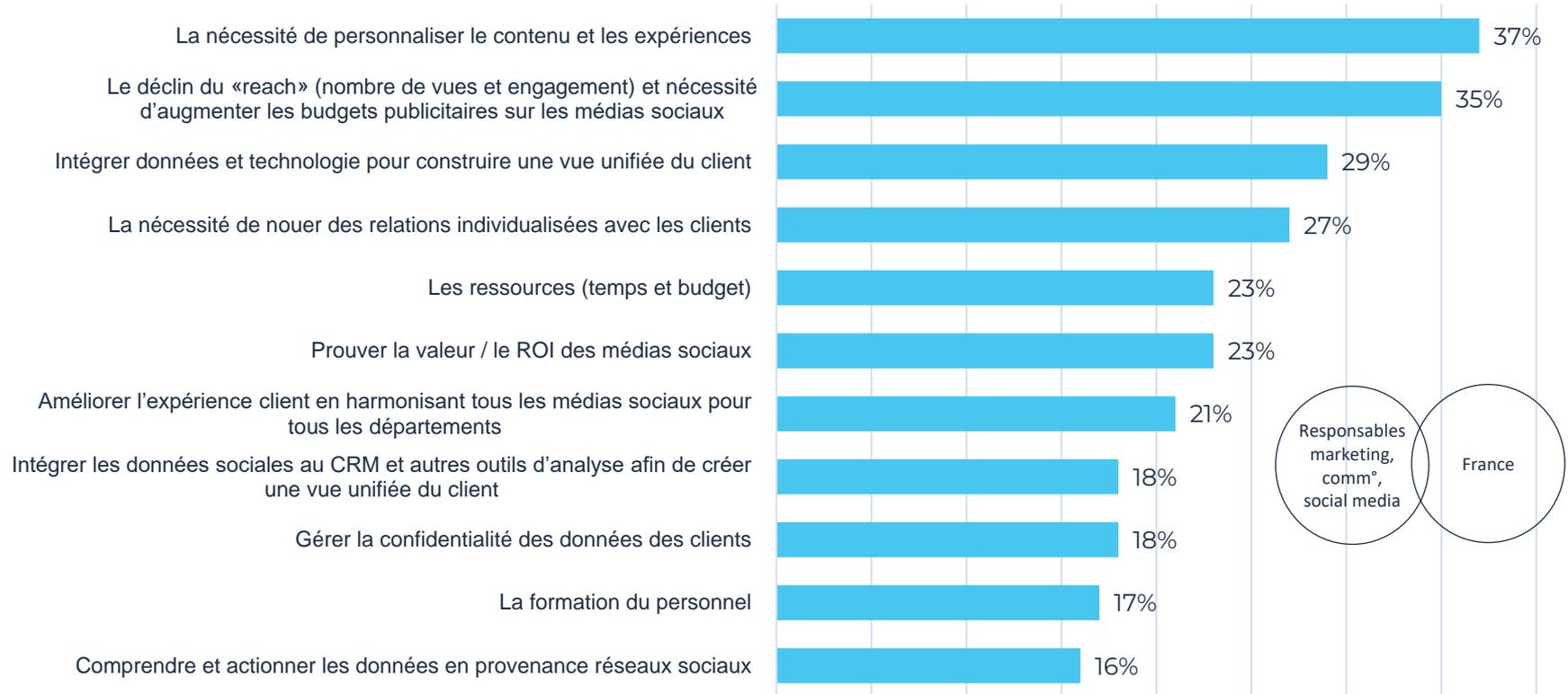
Les trois principaux objectifs que les entreprises souhaitent atteindre grâce aux médias sociaux en 2021. France



Source : Baromètre Hootsuite Visionary marketing 2021 — 262 répondants. Professionnels du marketing - France



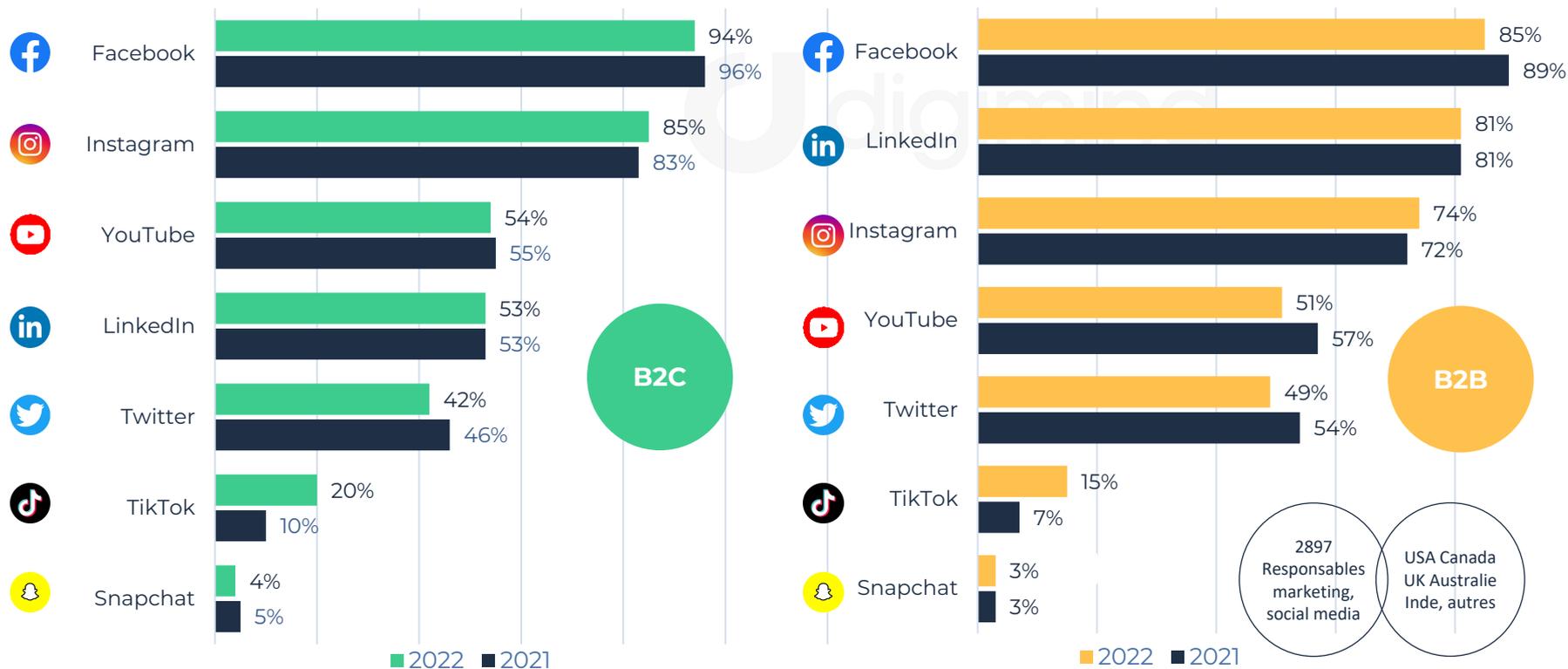
Les plus grands défis en matière de médias sociaux pour les entreprises. France



Source : Baromètre Hootsuite Visionary marketing 2021 — 262 répondants. Professionnels du marketing - France



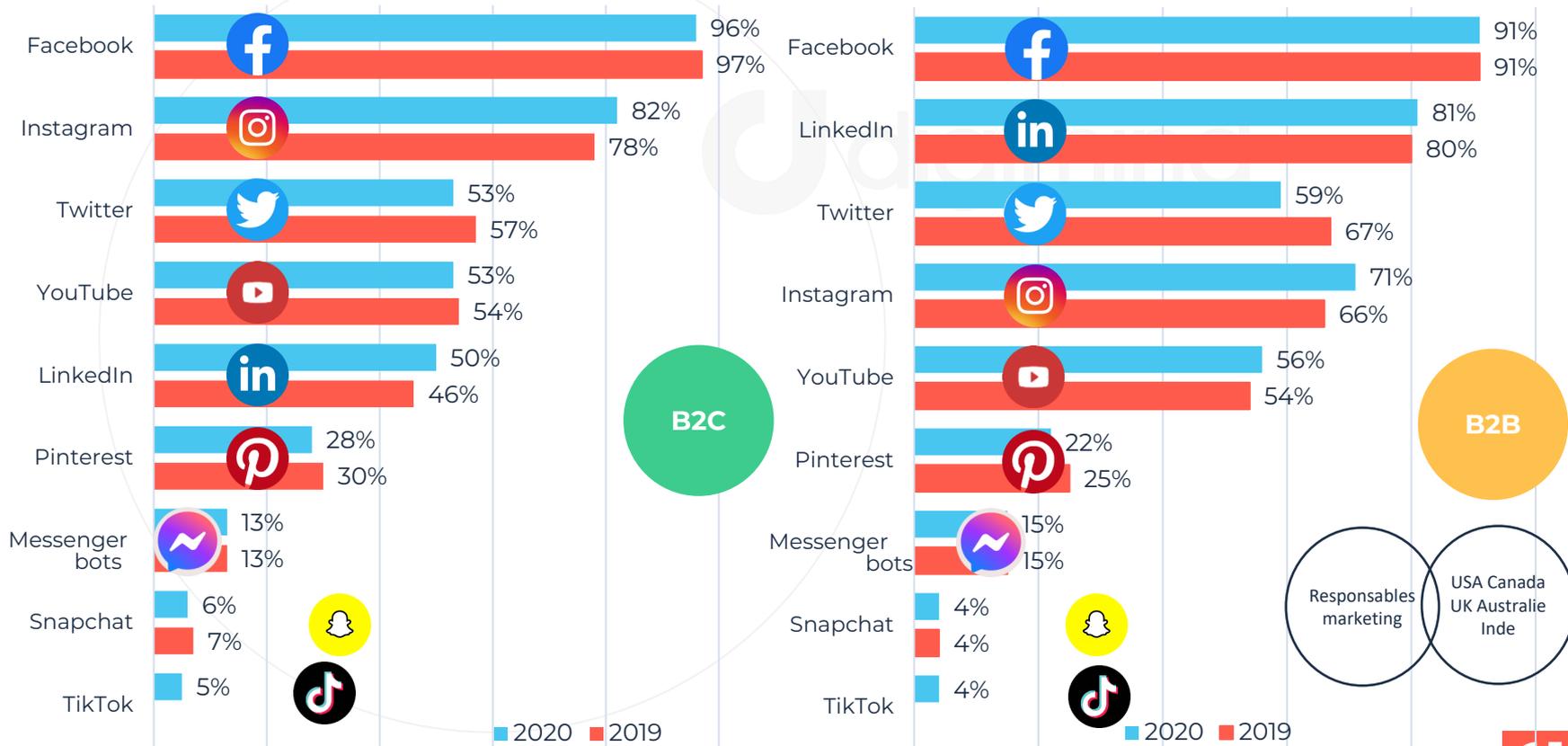
Les plateformes social media les plus utilisées par les marketeurs. B2C vs B2B. Monde



Source : Social Media Examiner 2022-2021 – Social Media Marketing Industry Report



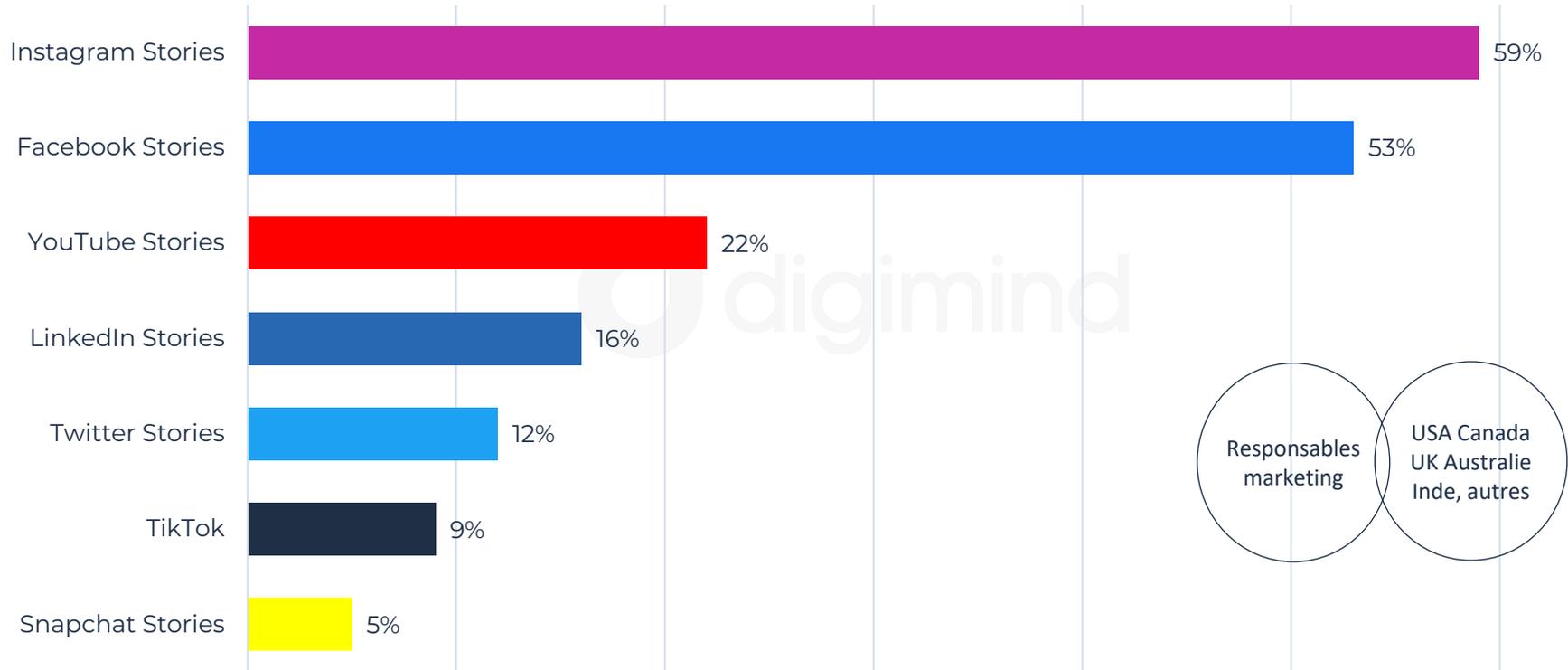
Les plateformes social media les plus utilisées par les marketeurs : B2C vs B2B



Source : Social Media Examiner 2020 – Social Media Marketing Industry Report



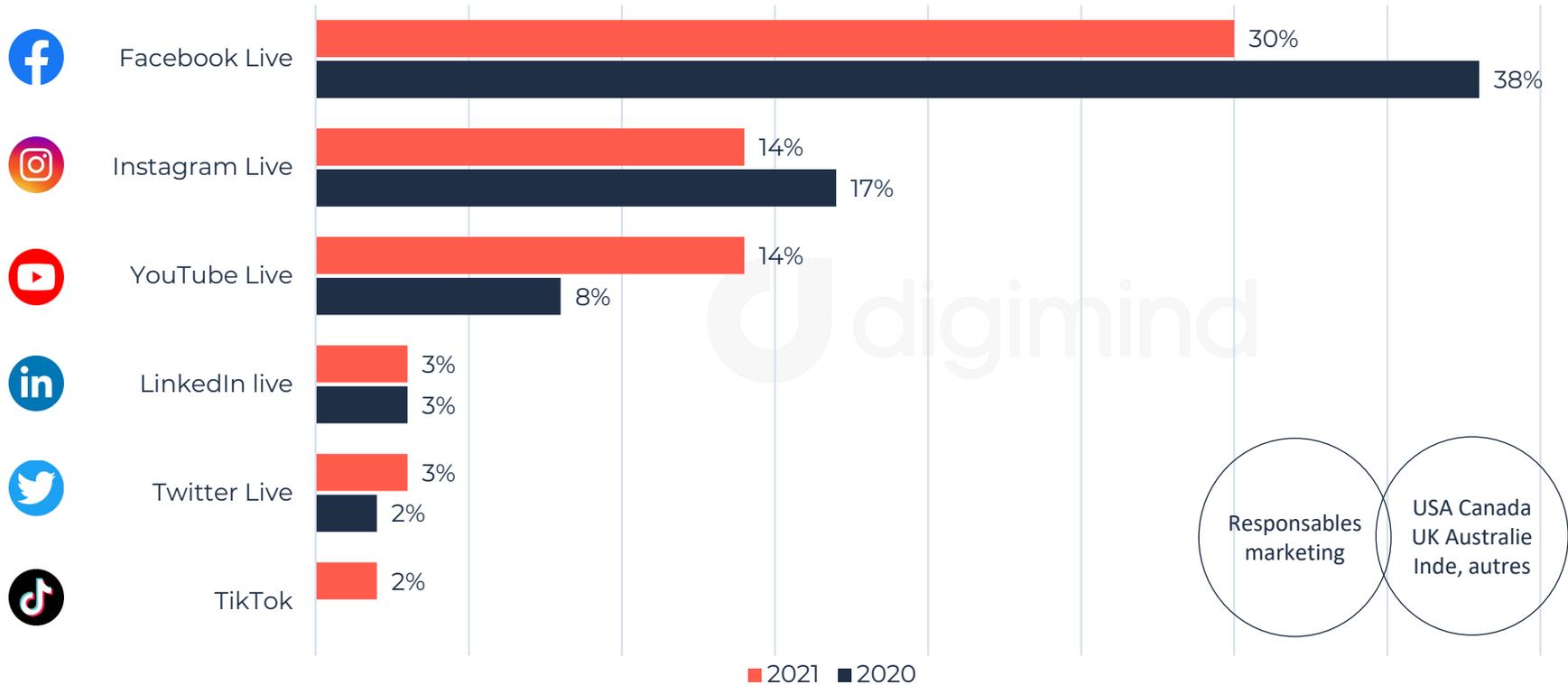
Les Stories ou vidéos courtes (<30s) utilisées par les marketeurs. Monde



Source : Social Media Examiner 2021 – Social Media Marketing Industry Report



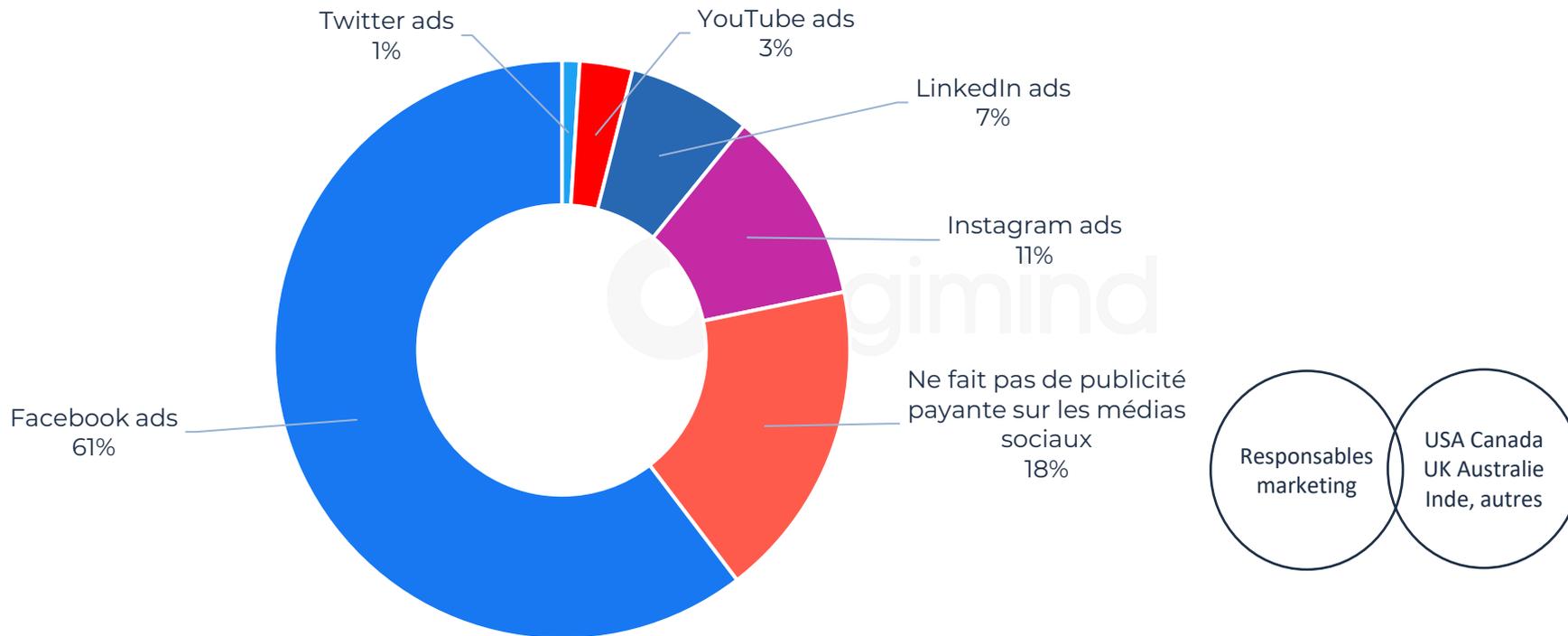
Les canaux Vidéos les plus utilisés pour le Live par les marketeurs. Monde



Source : Social Media Examiner 2020 - 2021 – Social Media Marketing Industry Report



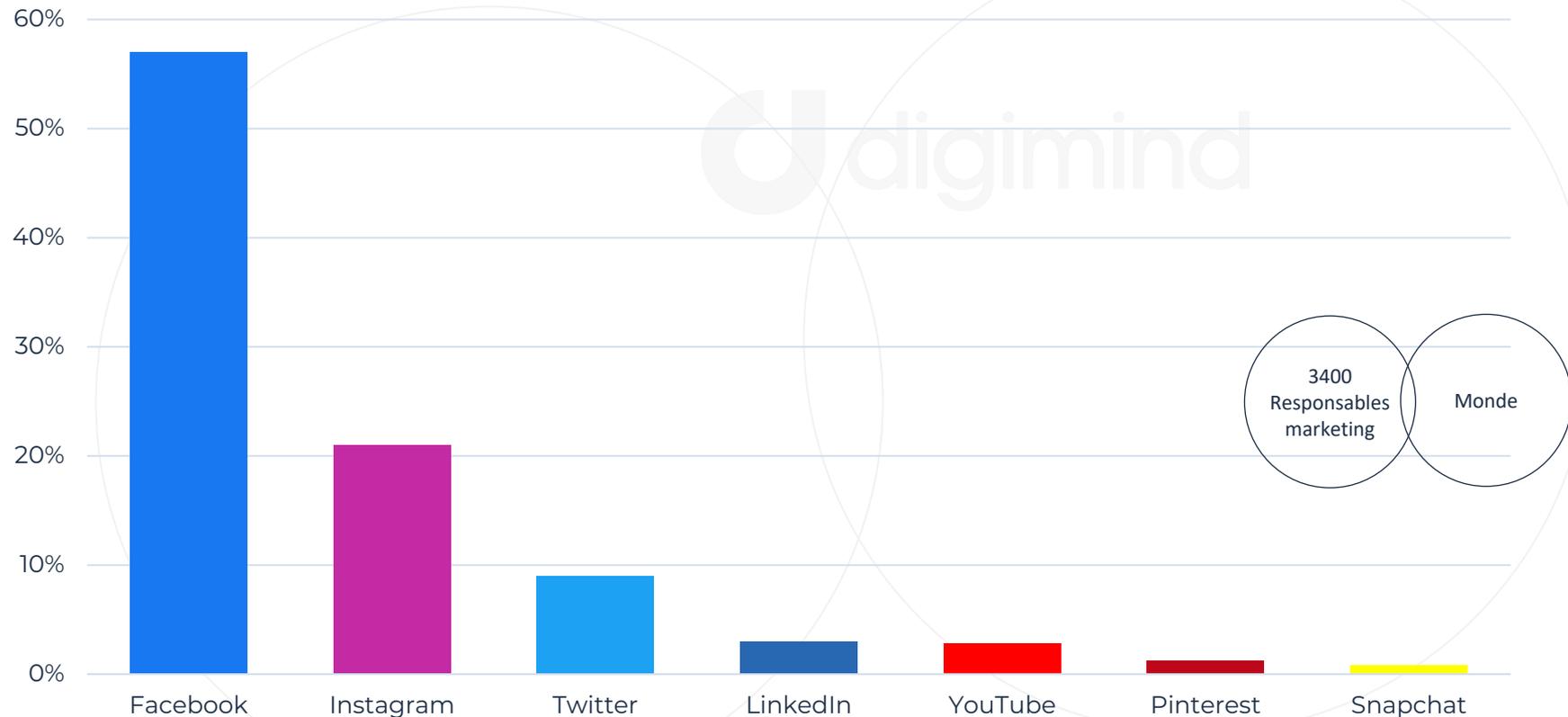
Les plateformes jugées les plus importantes pour la publicité par les marketeurs. Monde



Source : Social Media Examiner 2021 – Social Media Marketing Industry Report



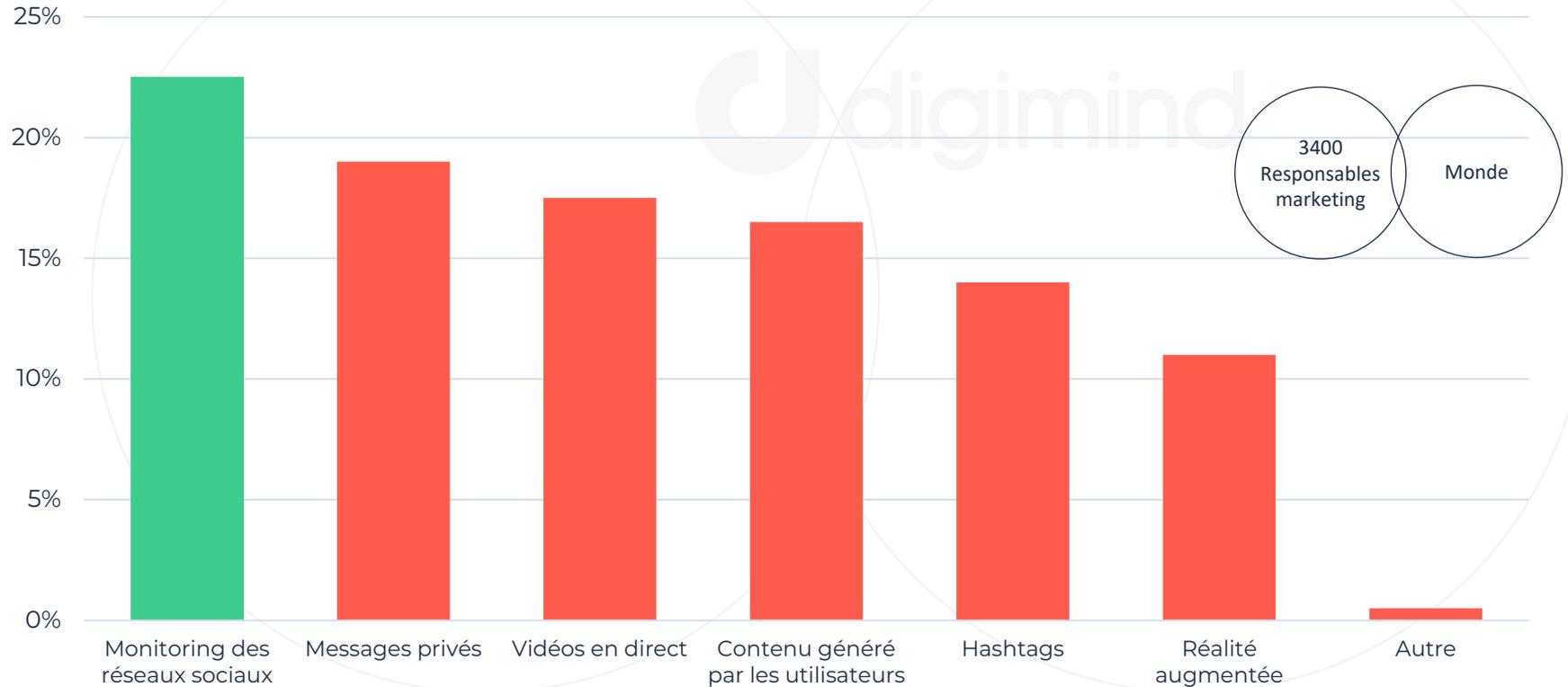
Les réseaux sociaux générant le meilleur ROI selon les marketeurs



Source : Rapport sur l'évolution du marketing HubSpot 2020



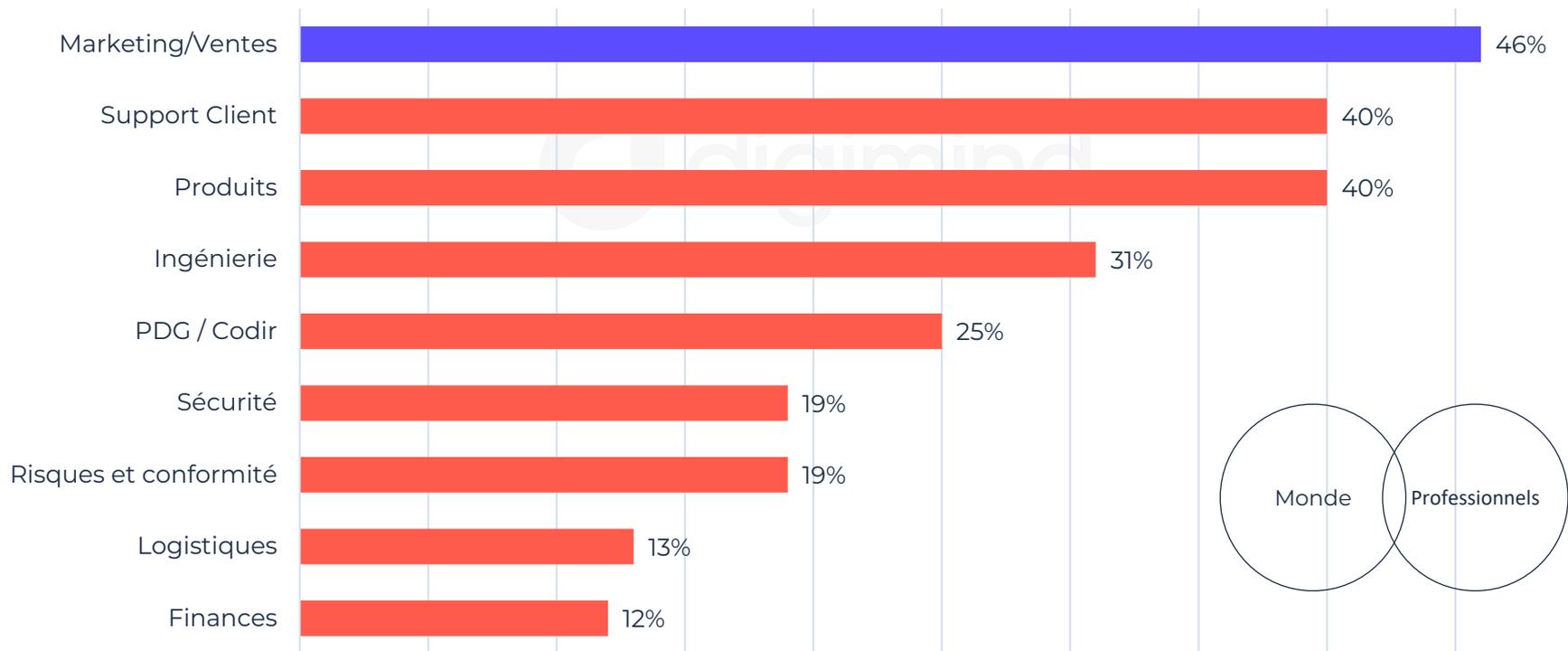
Les tactiques utilisées en matière de marketing sur les réseaux sociaux



Source : Rapport sur l'évolution du marketing HubSpot



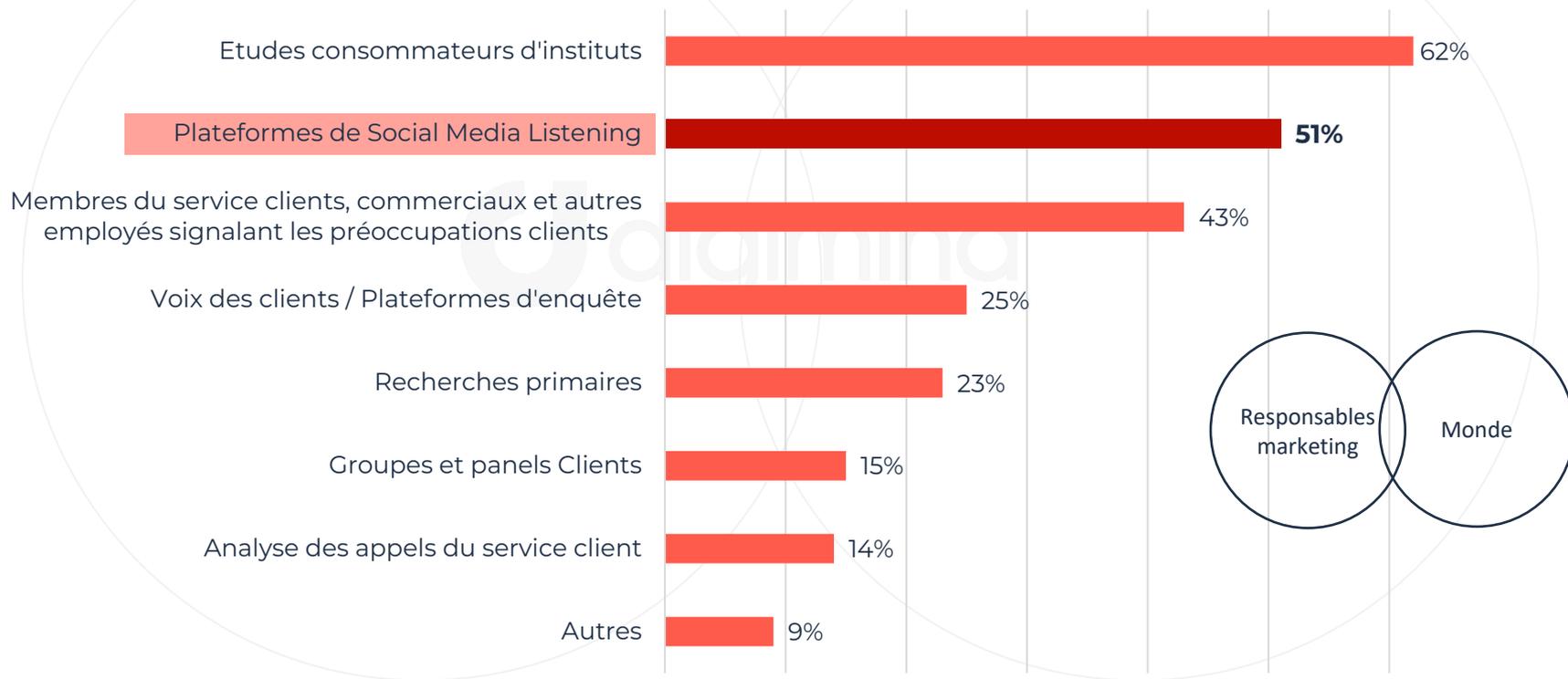
Quels départements de votre organisation dirigent ou évaluent l'investissement et l'adoption des systèmes d'IA.



Source : Forrester -Global State Of Artificial Intelligence Online Survey - 2016



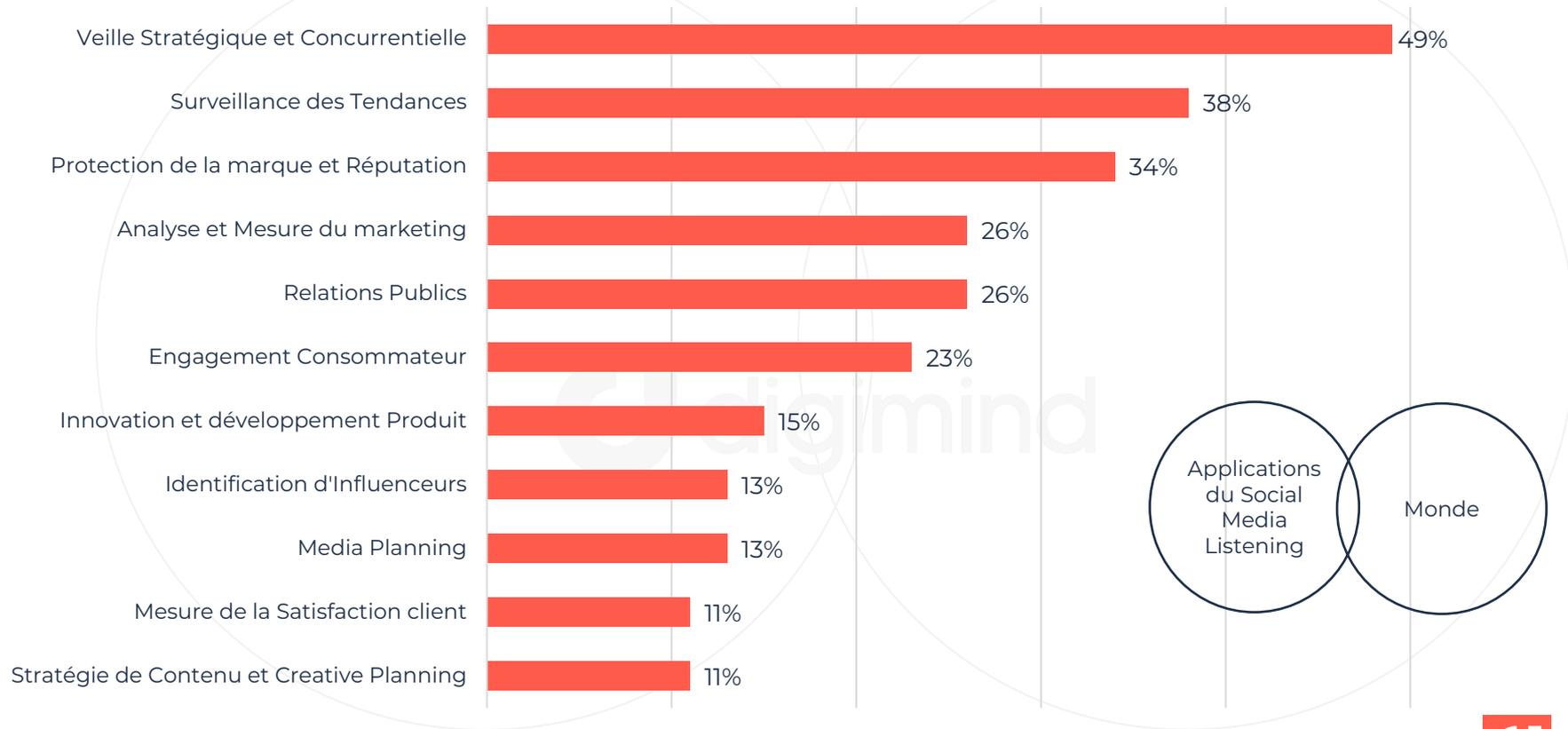
Quelles sources d'information rapides sur les consommateurs ont utilisées les responsables marketing pendant la crise du covid ?



Source : Gartner. "Marketing in Uncertainty" webinar 2020. 215 responsables marketing.



Les objectifs business du social media listening



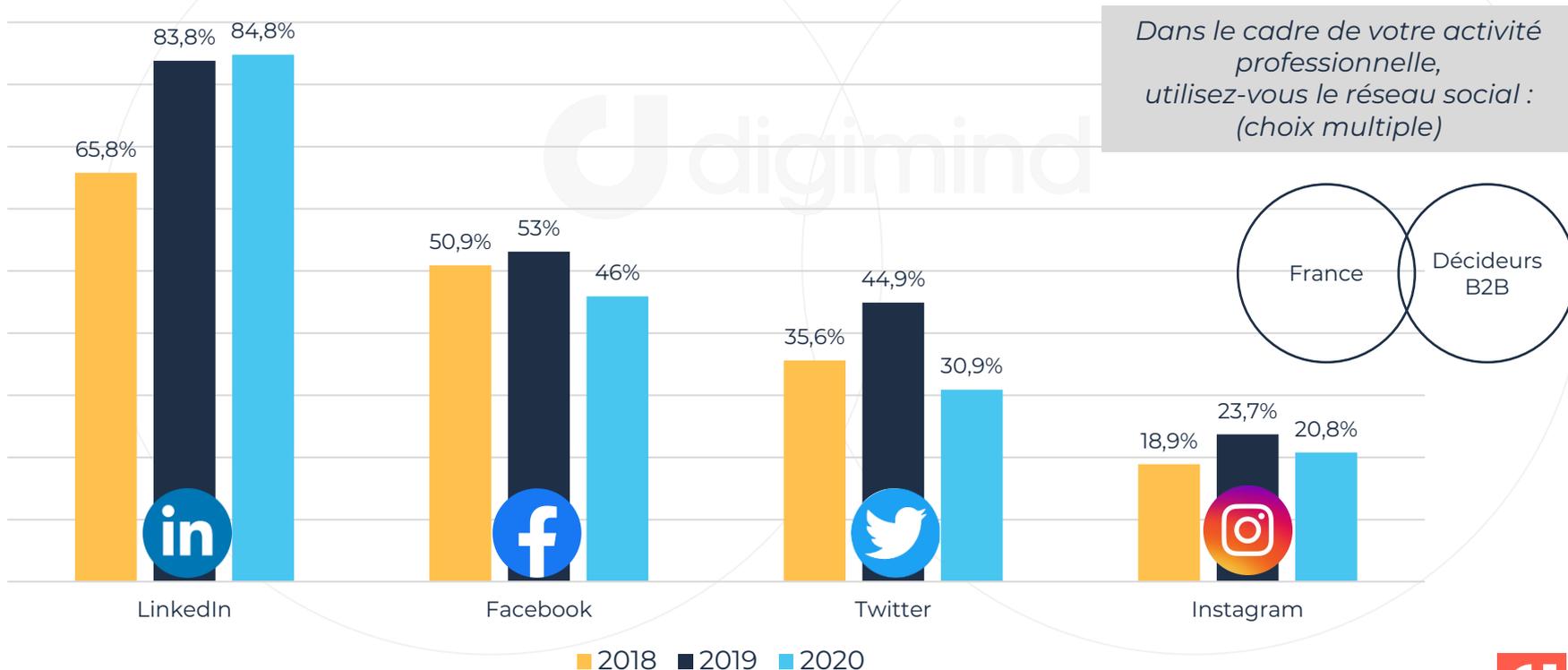
Source : Forrester - Q2 2018 Global Social Listening Platforms Forrester Wave



Social Selling



Social Selling : LinkedIn est le réseau le plus utilisé par les décideurs B2B



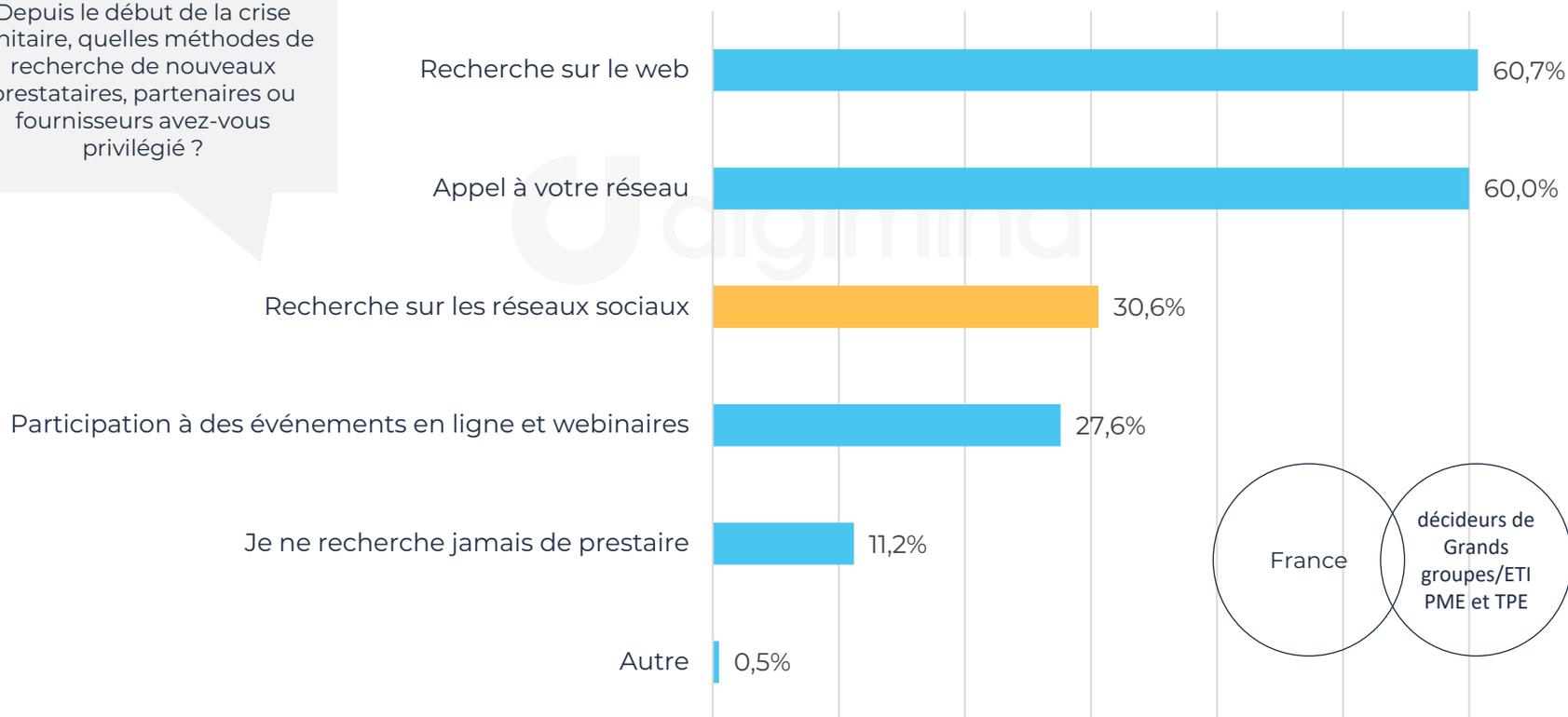
Source : Baromètre Social Selling 2020 | Intuiti & La Poste Solutions Business. Décideurs B2B



Les canaux de recherche de prestataires en B2B. France



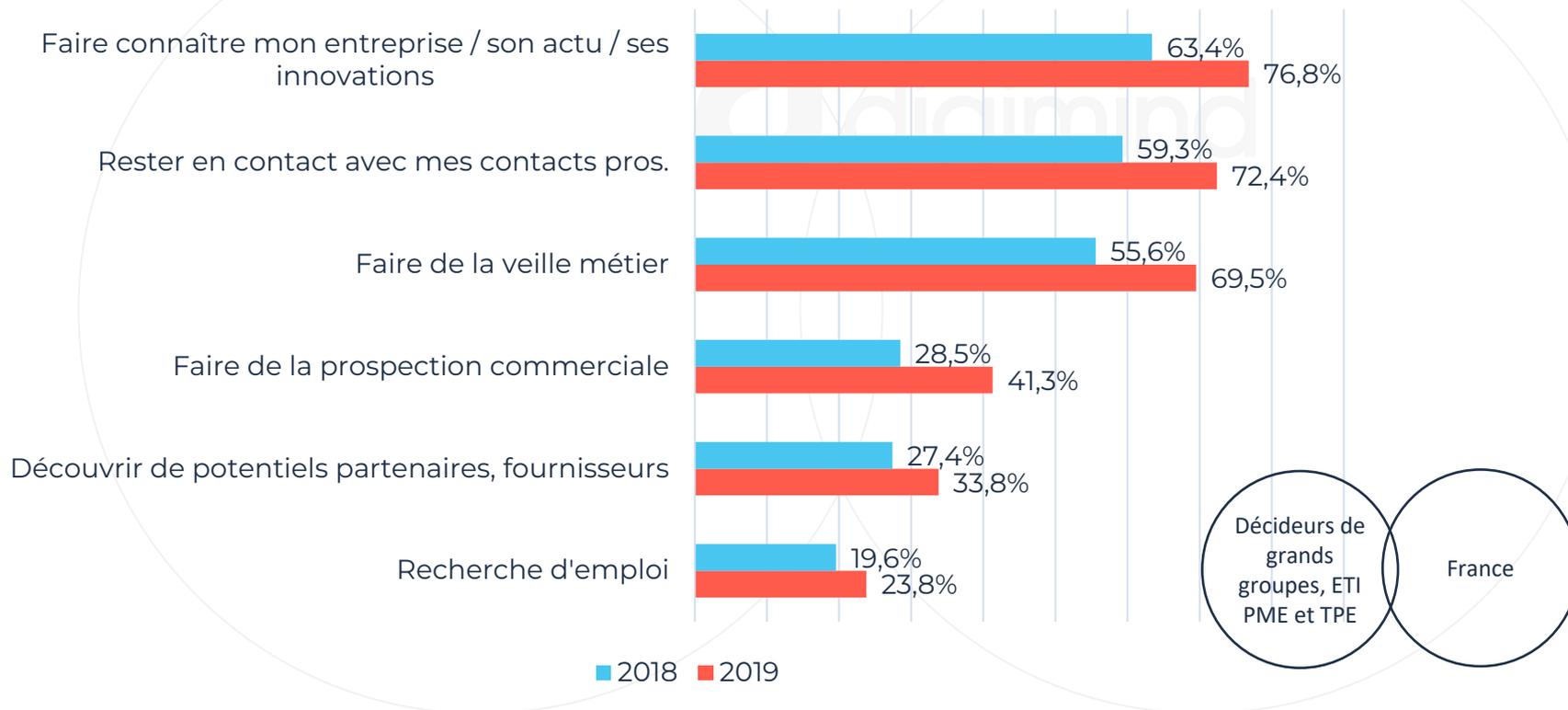
Depuis le début de la crise sanitaire, quelles méthodes de recherche de nouveaux prestataires, partenaires ou fournisseurs avez-vous privilégié ?



Source : Expérience d'achat en B2B Intuiti La Poste solutions business 2021



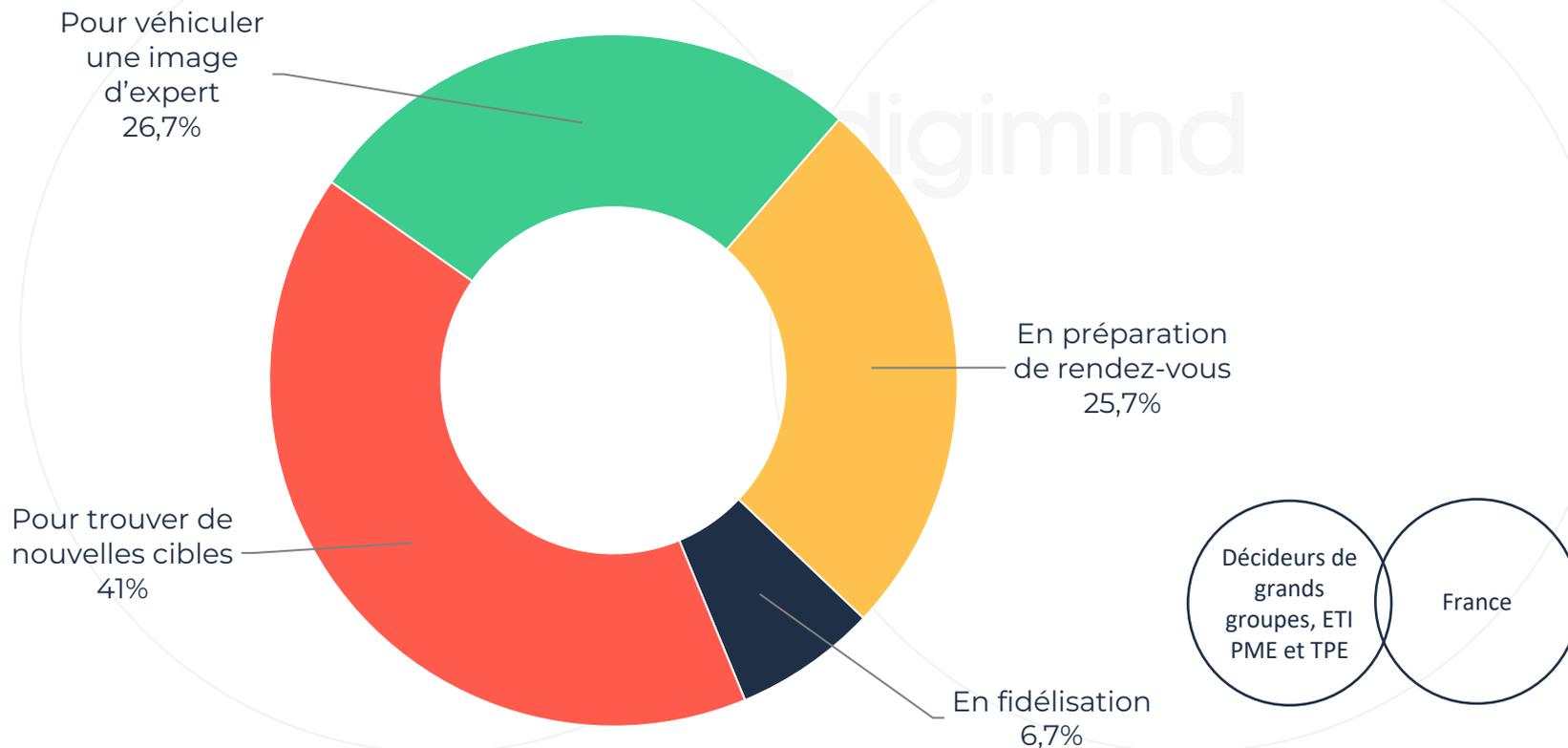
Les principaux objectifs de l'utilisation des réseaux sociaux dans un cadre professionnel



Source : Impact des réseaux sociaux sur l'acte d'achat | Intuiti & La Poste Solutions Business | Baromètre 2019



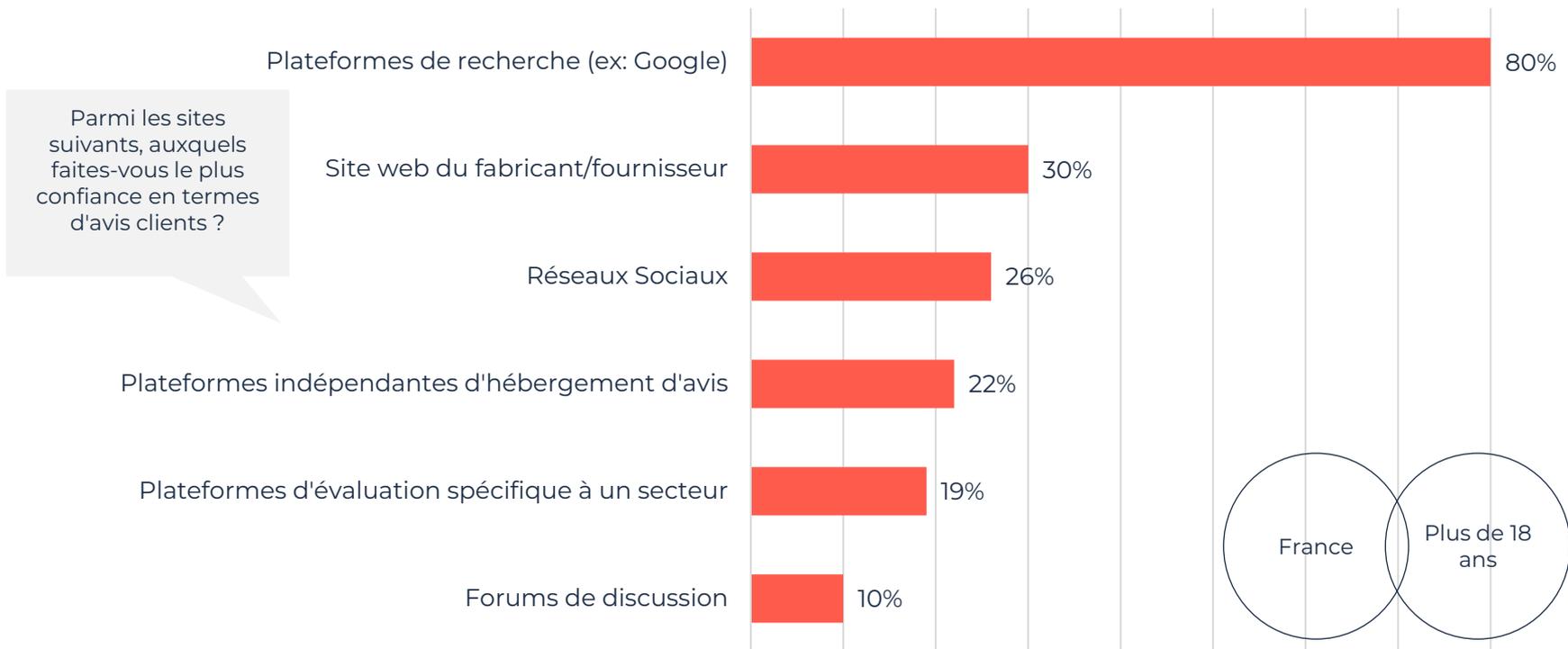
La raison principale de l'usage des réseaux sociaux par les commerciaux



Source : Impact des réseaux sociaux sur l'acte d'achat | Intuiti & La Poste Solutions Business | Baromètre 2019



La confiance en matière de sites d'avis clients. France



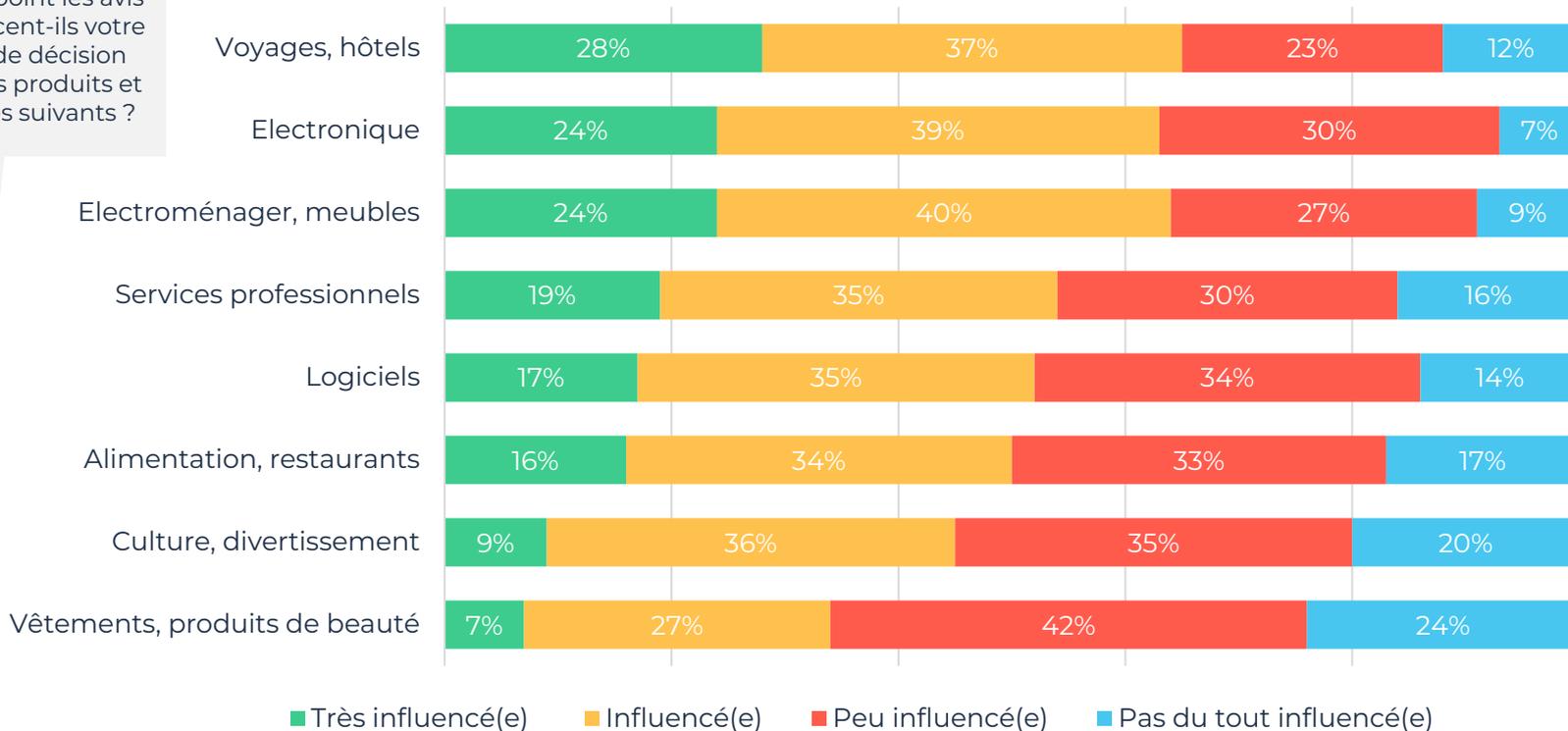
Source : Capterra Users Reviews 2020 n° 496



Influence des avis sur la décision d'achat de produits et services par secteurs



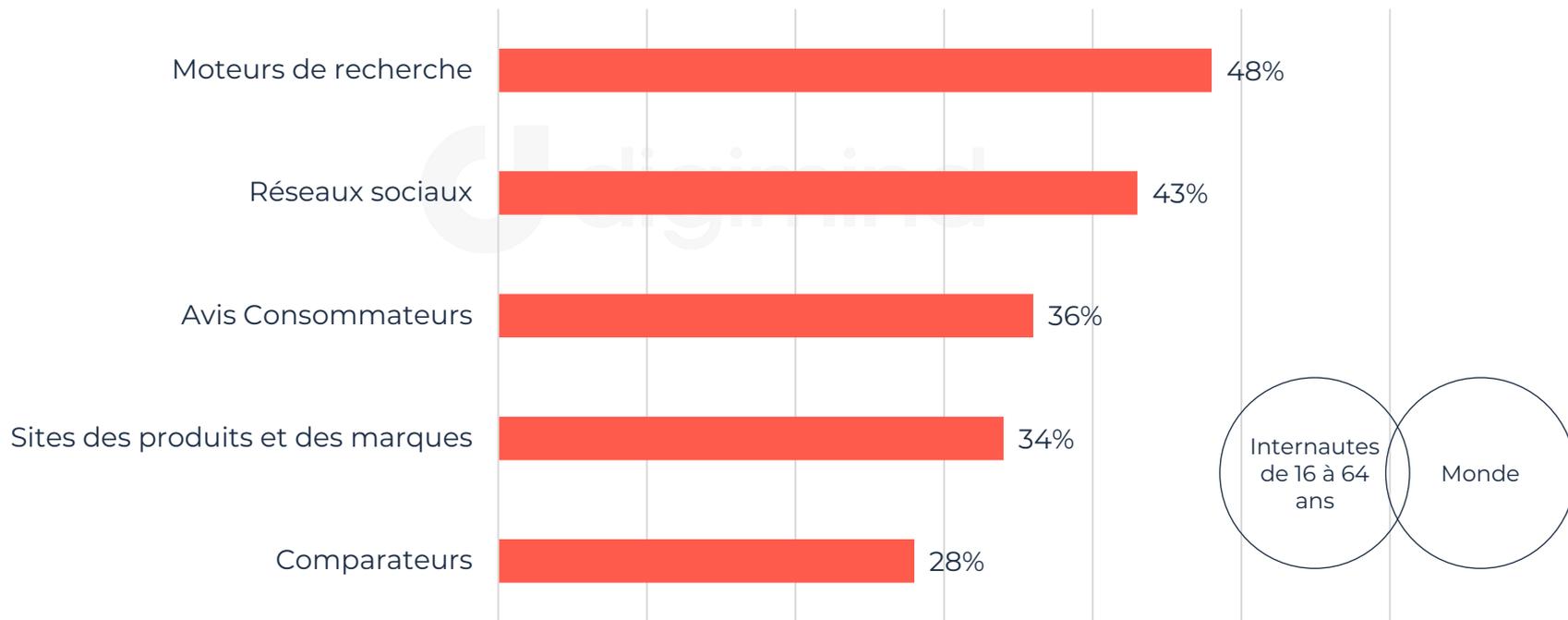
A quel point les avis influencent-ils votre prise de décision pour les produits et services suivants ?



Source : Capterra Users Reviews 2020 n° 496



Les principaux canaux de recherche d'informations sur les marques



Source : étude GWI CTD 2023

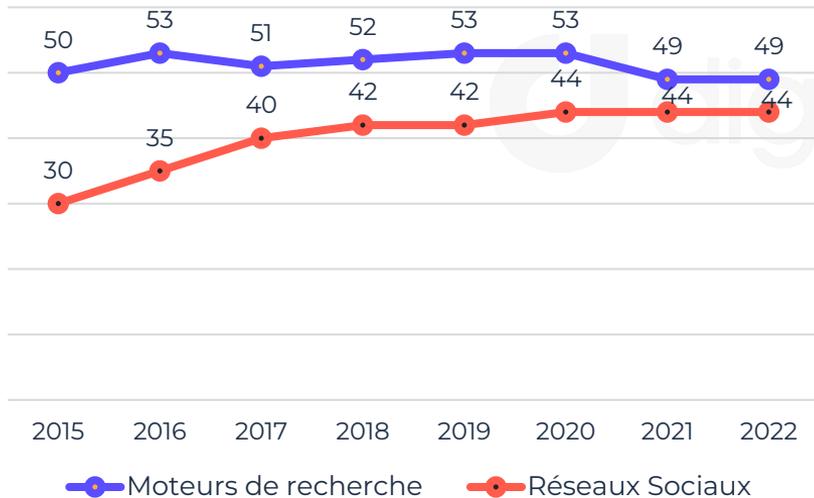


Les principaux canaux de recherche d'information produits ou marques. Gen Z vs ensemble des internautes

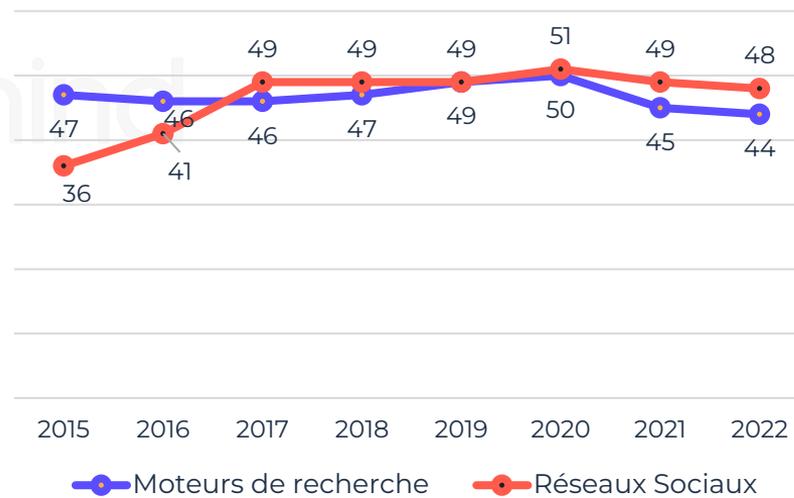


% qui disent utiliser principalement les canaux suivants quand ils recherchent des informations sur les marques ou produits

Tous les internautes



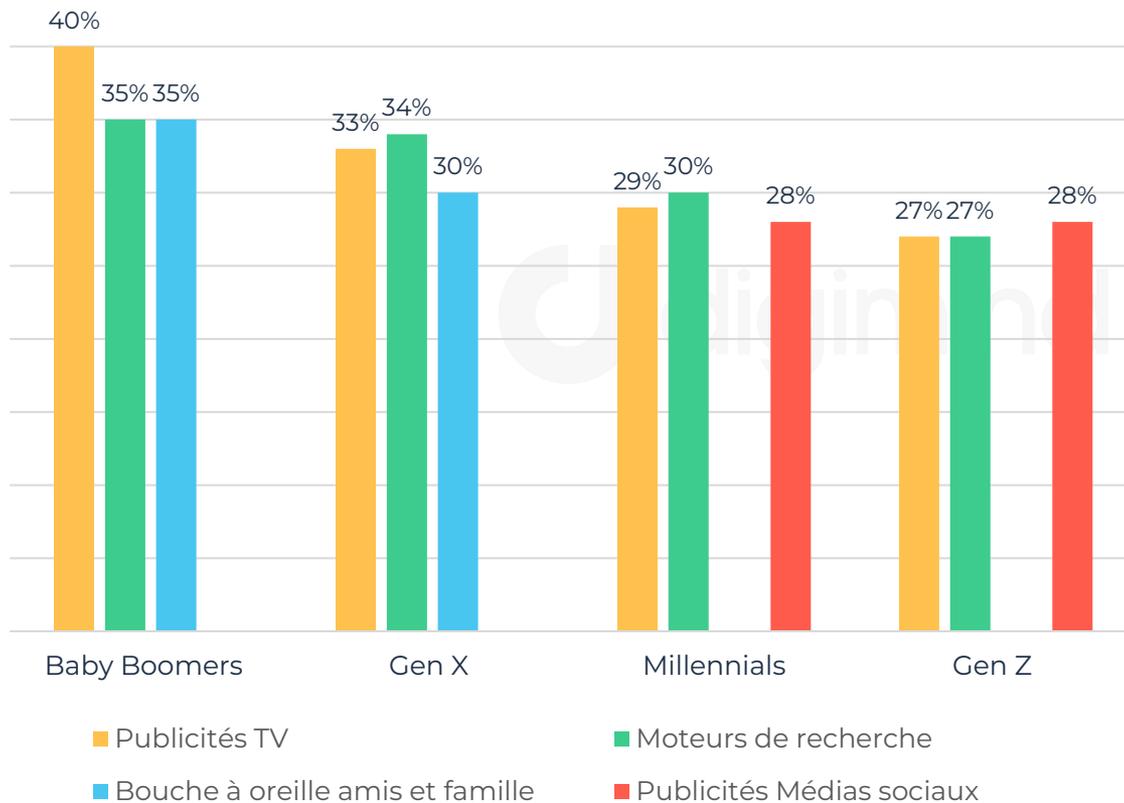
Gen Z



GWI Connecting the dot 2023. More are getting the lowdown on social platforms



Les principaux canaux de découverte de nouvelles marques par générations



Baby Boomers

nés entre 1943 et 1960



Gen X

nés entre 65 et 80



Gen Y Millennials

nés entre les années 80 et fin 90s



Gen Z

nés depuis la fin des années 90

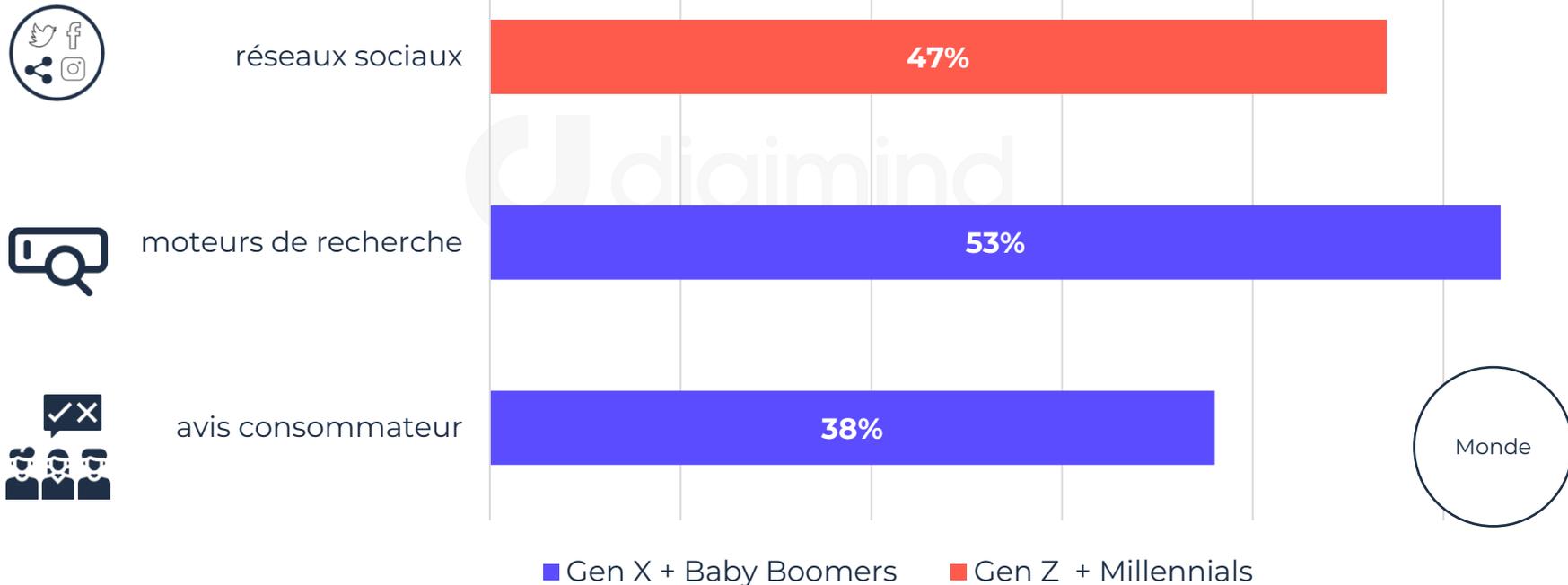


Monde

GWJ : How consumers find new brands and research products in 2023



Les principaux canaux de recherche de nouveaux produits par générations



GW1 : How consumers find new brands and research products in 2023



94%



des Français **consultent** les avis
sur un produit/service

69%

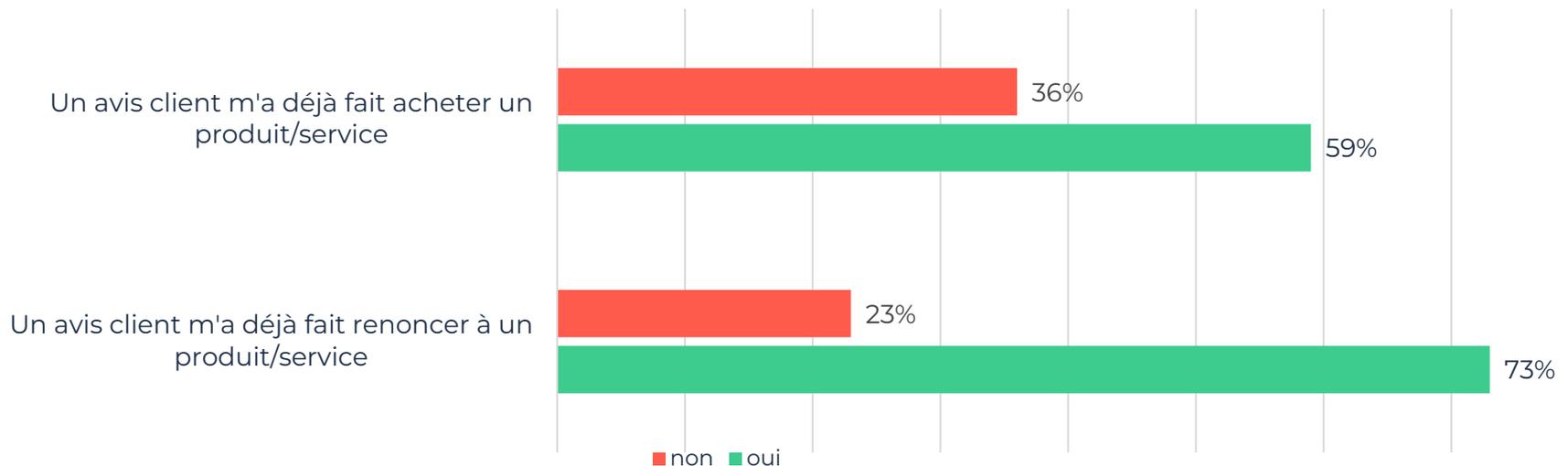


ont déjà **publié** un avis client sur
internet

Source : étude YouGov Realtime 2022. Février. Les Français et les avis clients sur internet.

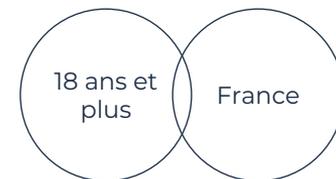


Les avis consommateurs et la confiance des Français



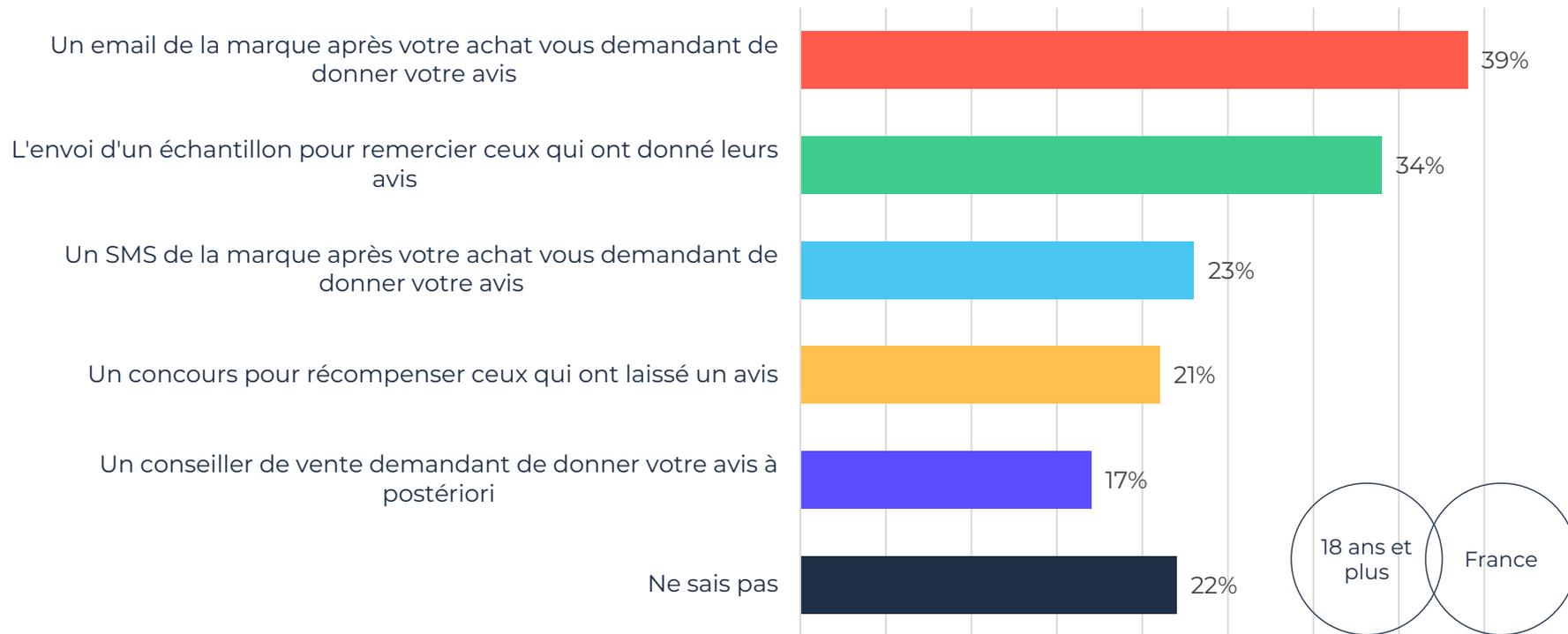
47%

des français sont d'accord pour dire qu'ils **font confiance** aux avis clients



Source : étude YouGov Realtime 2022. Février. Les Français et les avis clients sur internet.

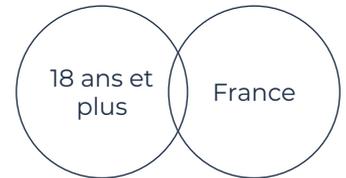
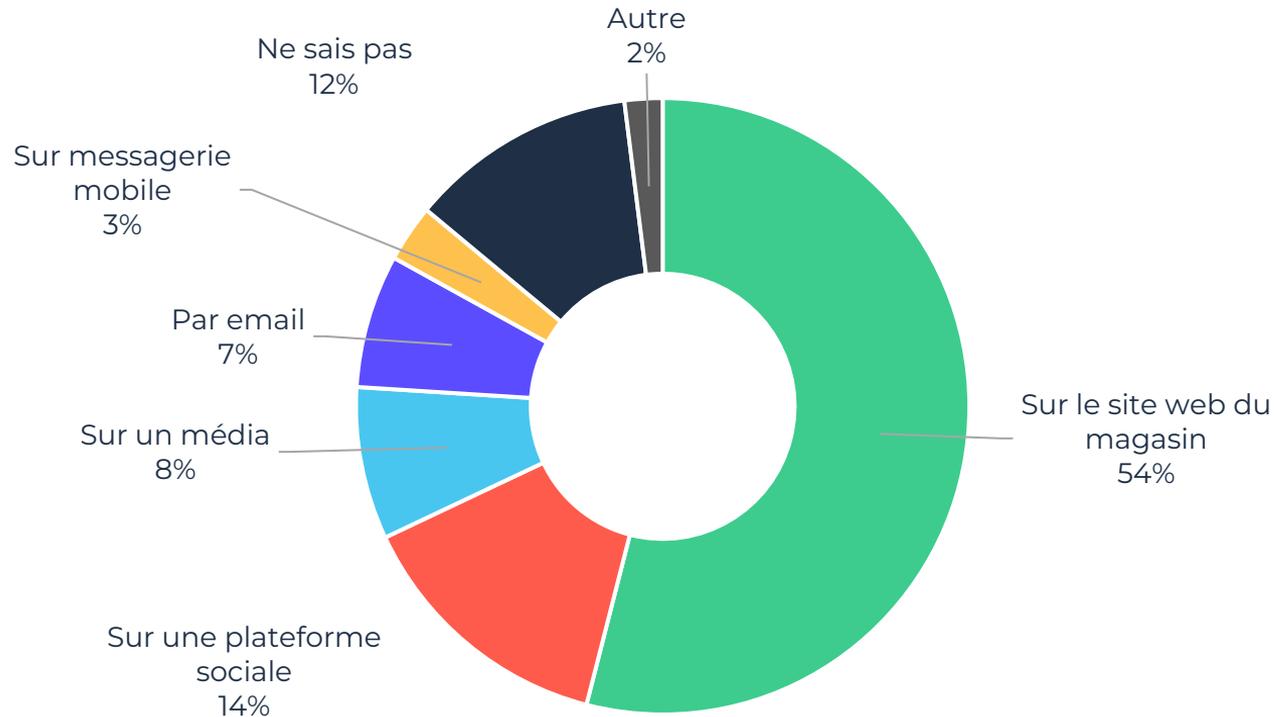
Les avis consommateurs : pourquoi les Français les publient



Source : étude YouGov Realtime 2022. Février. Les Français et les avis clients sur internet.



Sur quelles plateformes est-il le plus pertinent de consulter un avis avant achat ?



Source : étude YouGov Realtime 2022. Février. Les Français et les avis clients sur internet.



Sources et Ressources



Sources

Digimind
Twitter Inc.
Facebook France
Instagram
Pinterest
Google Inc.
TikTok
LinkedIn
Snap Inc.
YouTube Broadcast
Kantar
GlobalWebIndex
Harris Interactive
EBG
Médiamétrie
Médiamétrie//NetRatings
YouGov
Facebook IQ

Diplomeo
Agence Heaven
L2 Gartner
Bloomberg
Statista
TNW
Ifop
Our World in Data
Hubspot
Intuiti
La Poste Solutions Business
Social Media Examiner
OpinionWay
Reuters Institute
Social Blade
Socialbakers
Wifirst
Deloitte

Rakuten
Blog du Modérateur
Havas Paris
eMarketer
Insider Intelligence
Génération Numérique
20 Minutes
BVA
CSA
We Are Social
Hootsuite
SensorTower
App. Annie
Soprism
Hype Auditor
Influencer Marketing Hub
Ipsos
Twilio
Capterra



Parmi nos ressources

Des guides et livres blanc dédiés au marketing digital et aux médias sociaux



Les KPIs essentiels pour optimiser votre ROI Social Media

[Téléchargement là](#)



Les chiffres 2021-2022 pour comprendre TikTok

[Téléchargement ici](#)



"Fake News" : Comment détecter et lutter contre la désinformation sur les médias sociaux

[Téléchargement là](#)



Créer votre rapport Social Media pour votre boss

[Téléchargement ici](#)



Tendances 2022 – L'avis des experts

[Téléchargement là](#)



Les bonnes pratiques en gestion de crise sur le web et les médias sociaux

[Téléchargement ici](#)



Le blog

<https://blog.digimind.com/fr/>

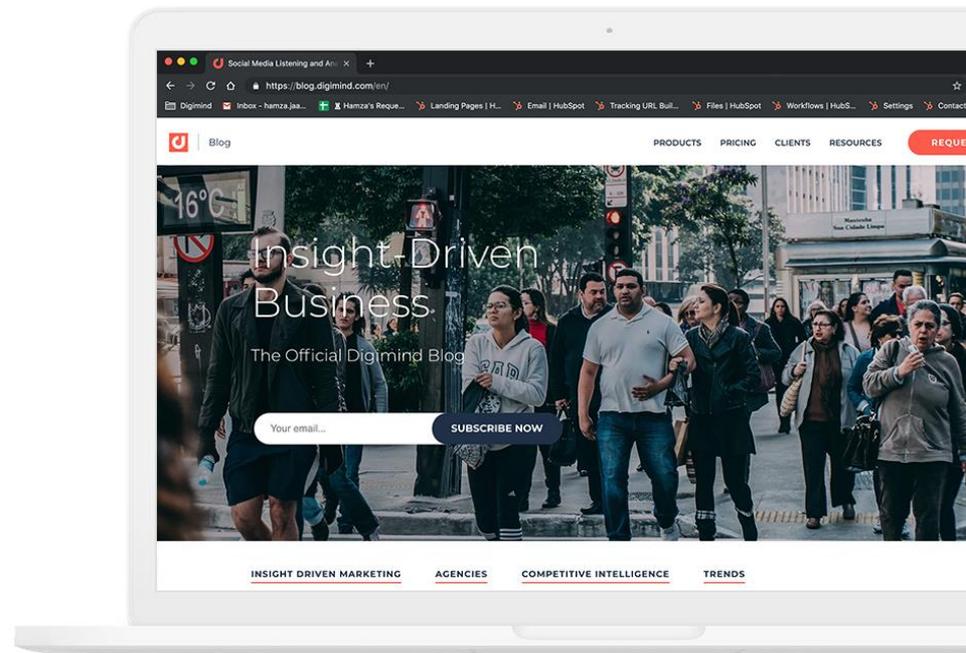


Marketing Digital

Agences

Veille Stratégique

Tendances





www.digimind.com

