



#Datamind

## Tendances 2023+2024

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](#)

[Référence : 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](#) [X\(Twitter\)](#) [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 2023-2024 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. Threads, Twitter X et TikTok bouleversent les habitudes. 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 et 2024, 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. Tout en les mettant en perspective avec les données de ces 5 dernières années.

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

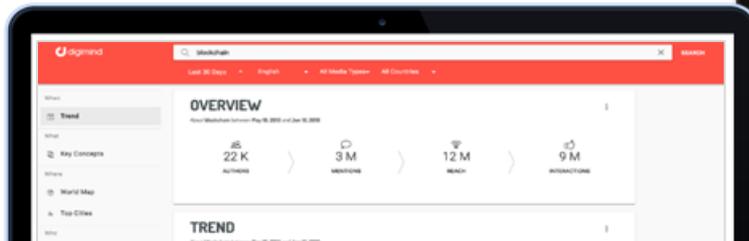
Digimind est un leader des solutions logicielles de Social Media Listening et de veille stratégique. La technologie Digimind, dédiée aux marques et agences, transforme les données du web en business insights, permettant la construction et le pilotage des opérations marketing. Digimind a développé une **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. Digimind est une entreprise du groupe **Onclusive**

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

Demandez votre démo  
personnalisée et gratuite :

demo



# 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 continue**, 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

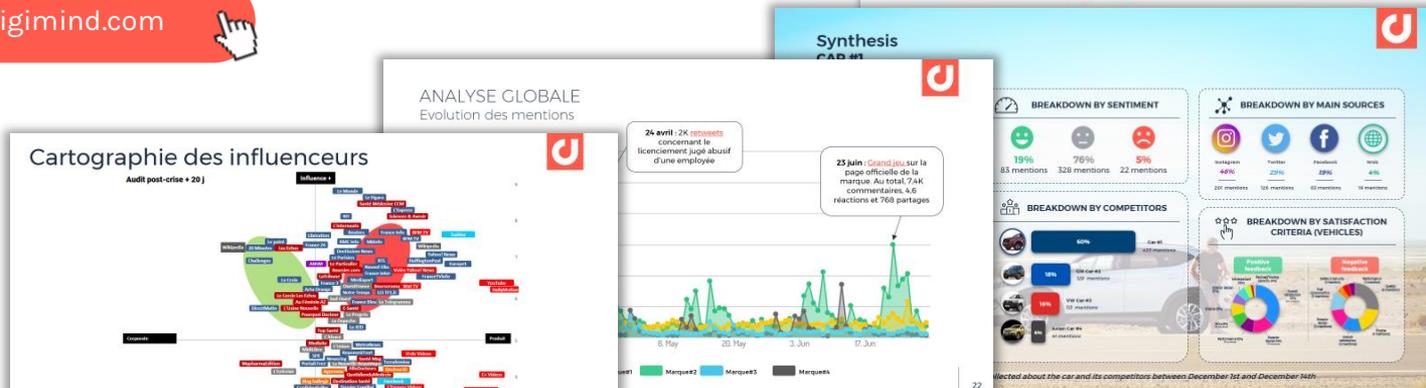
Rapports, audits, notes de synthèses sur mesure, hebdomadaire ou mensuelles



Envie d'en savoir plus sur Digimind INSIGHTS LAB ?

Contactez-nous :

[insights@digimind.com](mailto:insights@digimind.com)





# X vs Threads (Meta) vs Bluesky vs Mastodon en chiffres : utilisateurs mensuels ou inscrits



2 M\*



1.8 M



100 M

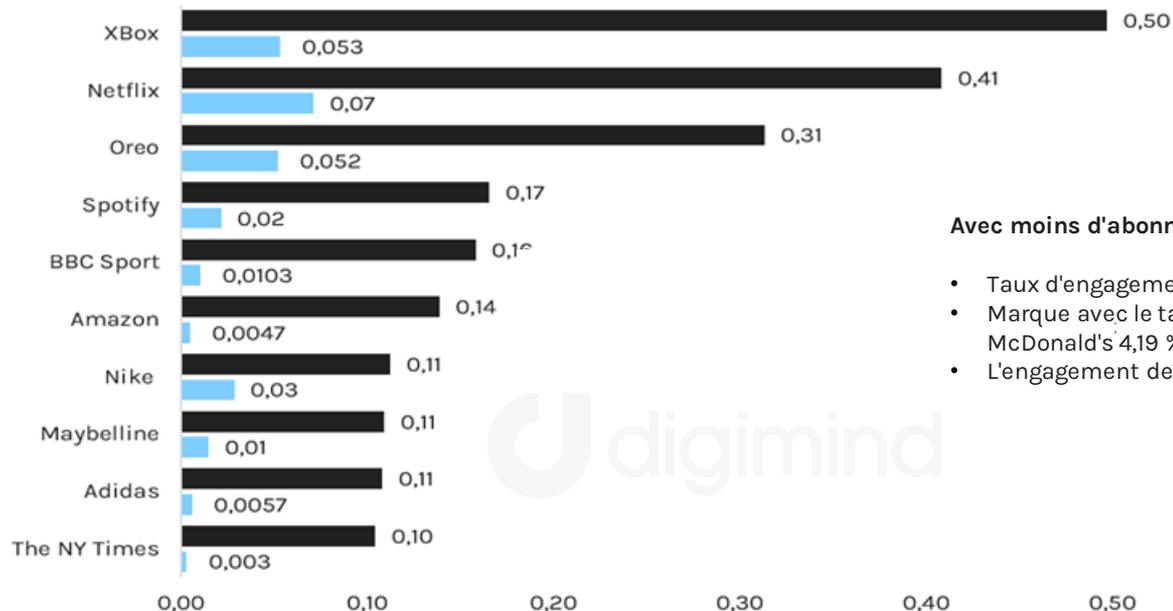


400 M\*\*

Source : Bluesky, Mastodon, Meta, X (Twitter) \* Nombre d'Inscrits \*\*Estimation en fonction des déclarations de X variant entre 350 et 500 MAU (Montly Active Users)



# Threads (Meta) vs Twitter « X » : taux d'engagement

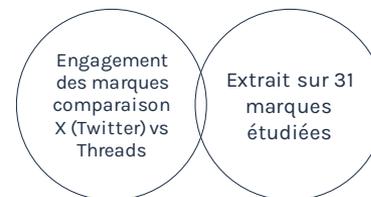


**Avec moins d'abonnés, les marques engagent davantage sur Threads**

- Taux d'engagement moyen : 0,95 % sur Threads contre 0,12 % sur
- Marque avec le taux d'engagement le plus élevé sur Threads : McDonald's 4,19 %
- L'engagement de Reuters est 334 fois plus élevé sur Threads



● Taux d'engagement sur Threads    ● Taux d'engagement sur X (Twitter)



Source : Digimind. Etude THREADS 2023. « Maîtrisez votre présence et optimisez l'engagement »

# Threads (Meta) vs Twitter « X » : parts de voix sur les réseaux sociaux



## MENTIONS

13M <sup>71%</sup>  
SoV

● threads

4M <sup>23%</sup>  
SoV

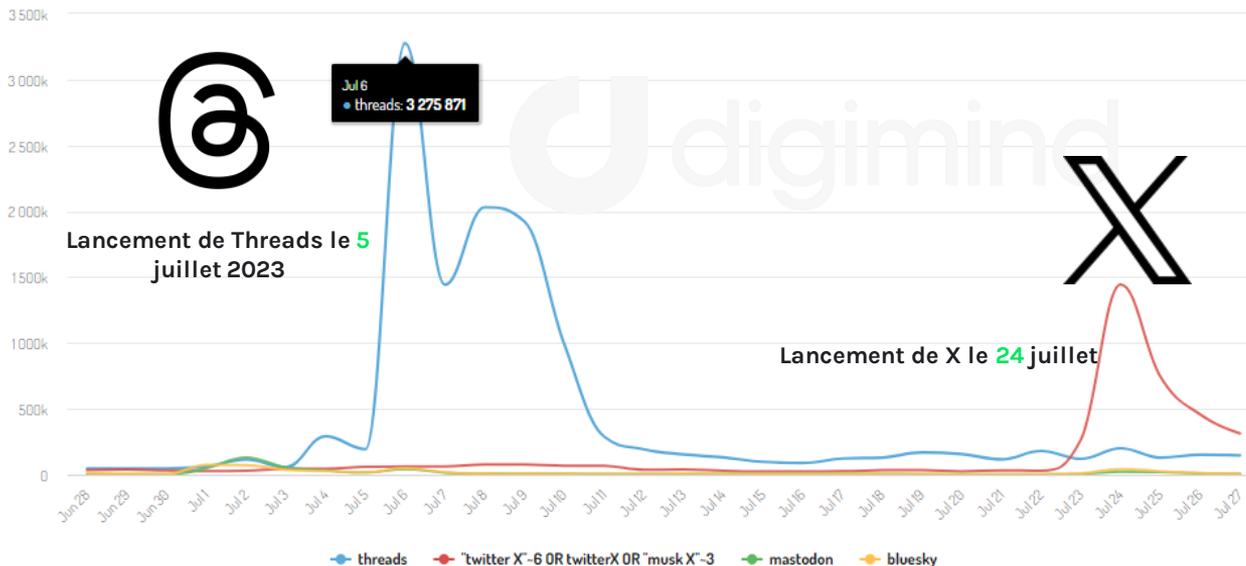
● "twitter X"~6 OR twitterX OR "musk X...

482k <sup>3%</sup>  
SoV

● mastodon

497k <sup>3%</sup>  
SoV

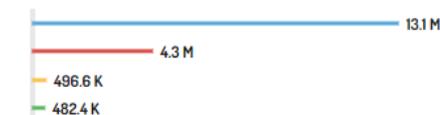
● bluesky



## AUTHORS



## MENTIONS



## REACH



Source : Digimind Historical Search. Pats de voix sur les médias sociaux 28 juin-27 juillet. Monde





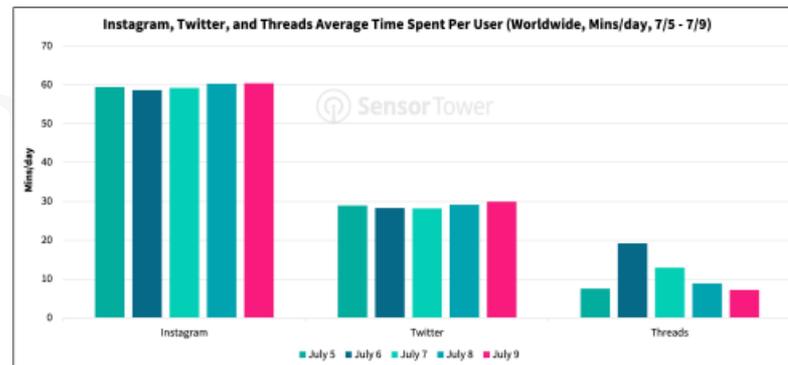
## Lancement le 5 juillet 2023

10 millions de téléchargements en 7 heures

105 millions de téléchargements en 6 jours

App. la plus téléchargée sur la décennie le jour de son lancement

+95 millions de posts



Temps moyen quotidien par utilisateurs.  
Comparaison Instagram, Twitter et Threads.  
Du 5 au 9 juillet

Source : Sensor Tower, CNBC

Quel succès pour le nouveau concurrent de Twitter ?



# Médias Sociaux

# Monde et France



# Internet et Réseaux sociaux dans le monde vs France en 2023



## Internautes



**5,30** milliards  
65,7% de la population

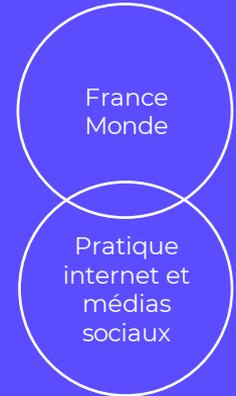
**55,6** millions  
87,3% des français

## Utilisateurs actifs médias sociaux



**4,95** milliards  
61,4% population

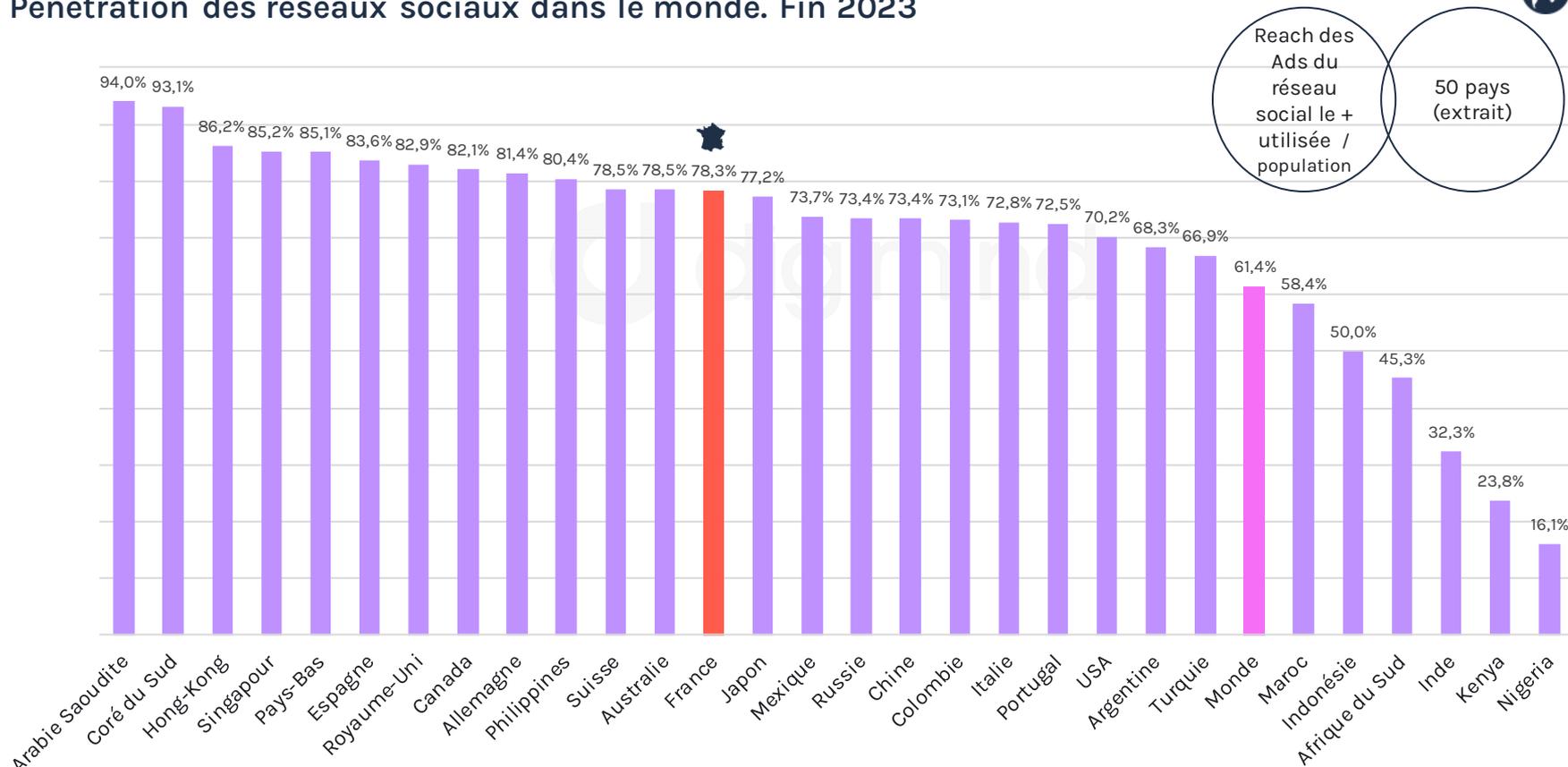
**38** millions  
60% population



Source : We Are Social DataReportal octobre 2023. Médiamétrie septembre 2023. Data 08/23. Internautes par mois



# Pénétration des réseaux sociaux dans le monde. Fin 2023



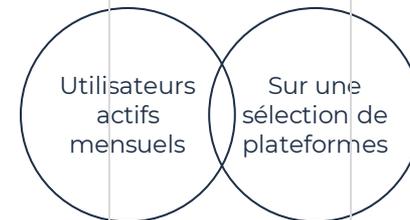
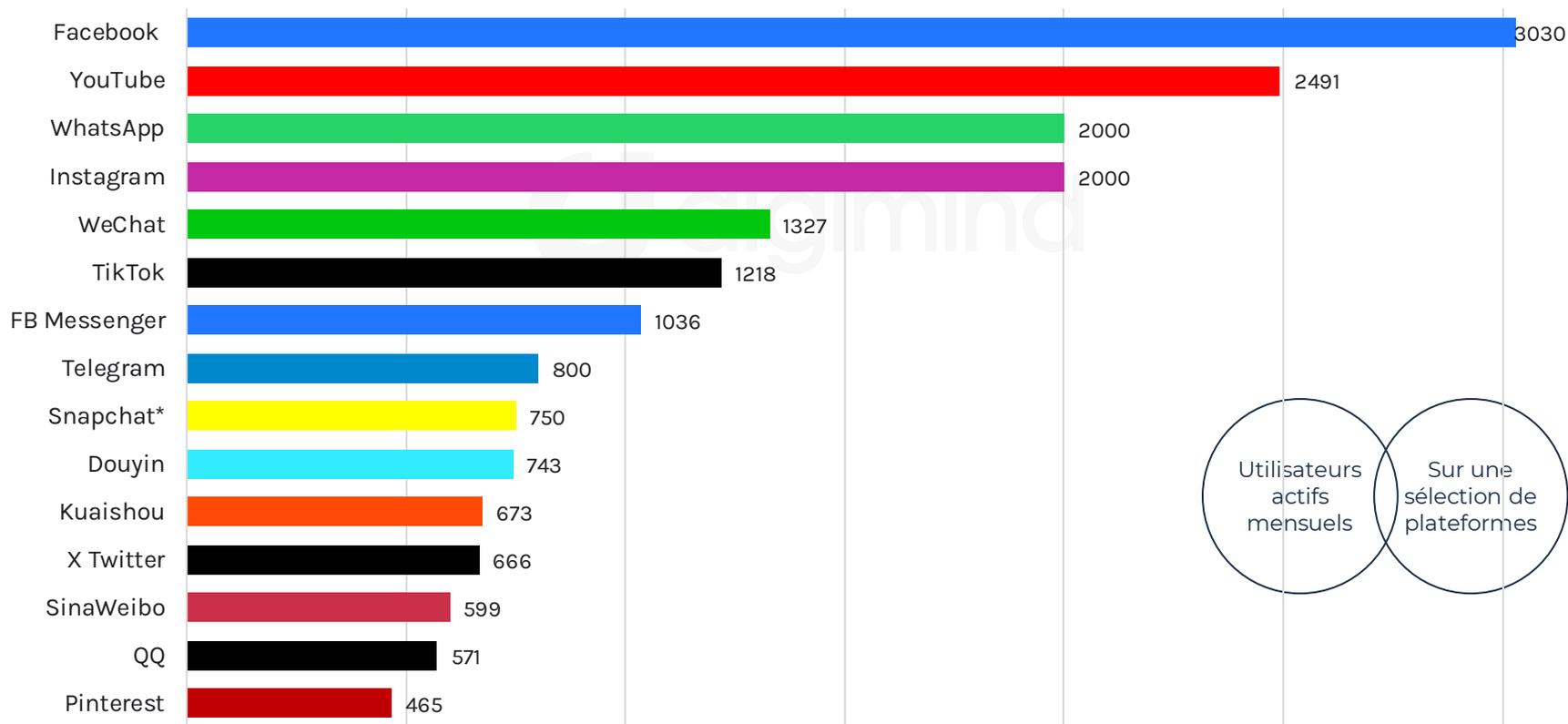
Reach des Ads du réseau social le + utilisée / population

50 pays (extrait)

Source : Digital Report 2023 - WeAreSocial 2023 octobre . Données Kepios et études économiques locales.



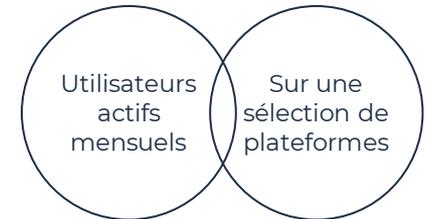
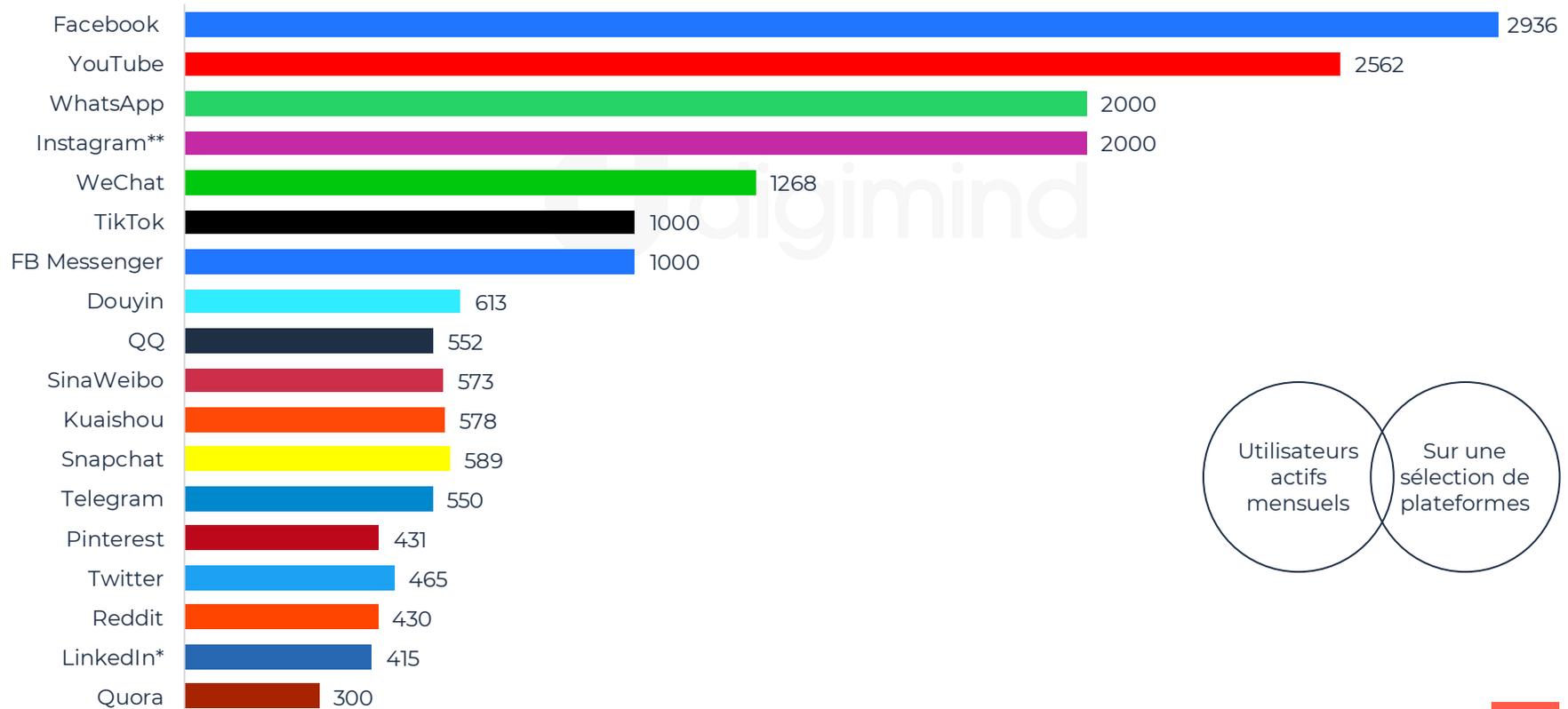
# Top des réseaux sociaux dans le monde fin 2023. En millions d'utilisateurs (audience)



Sources : We Are Social Digital Report 2023 : Données Kepios, plateformes et Ads Manager. Et plateformes \*



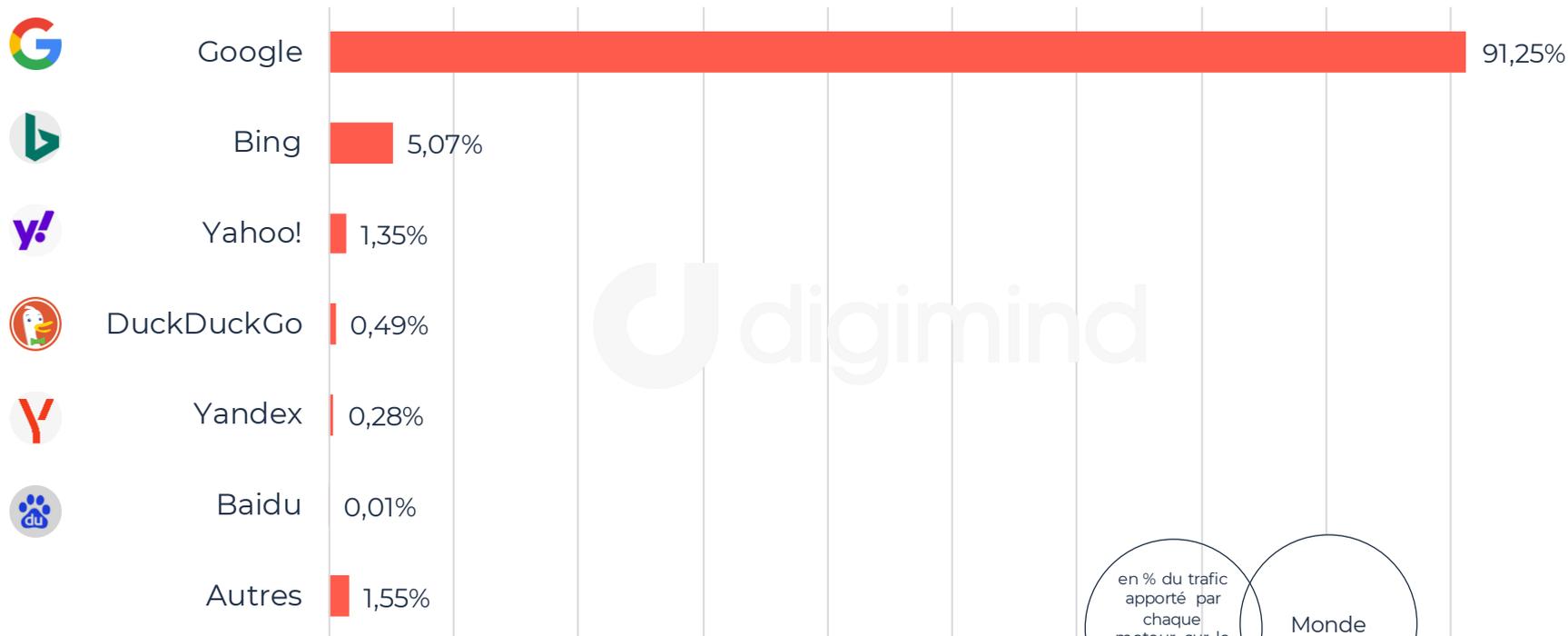
# Top des réseaux sociaux dans le monde 2022. En millions d'utilisateurs (audience)



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

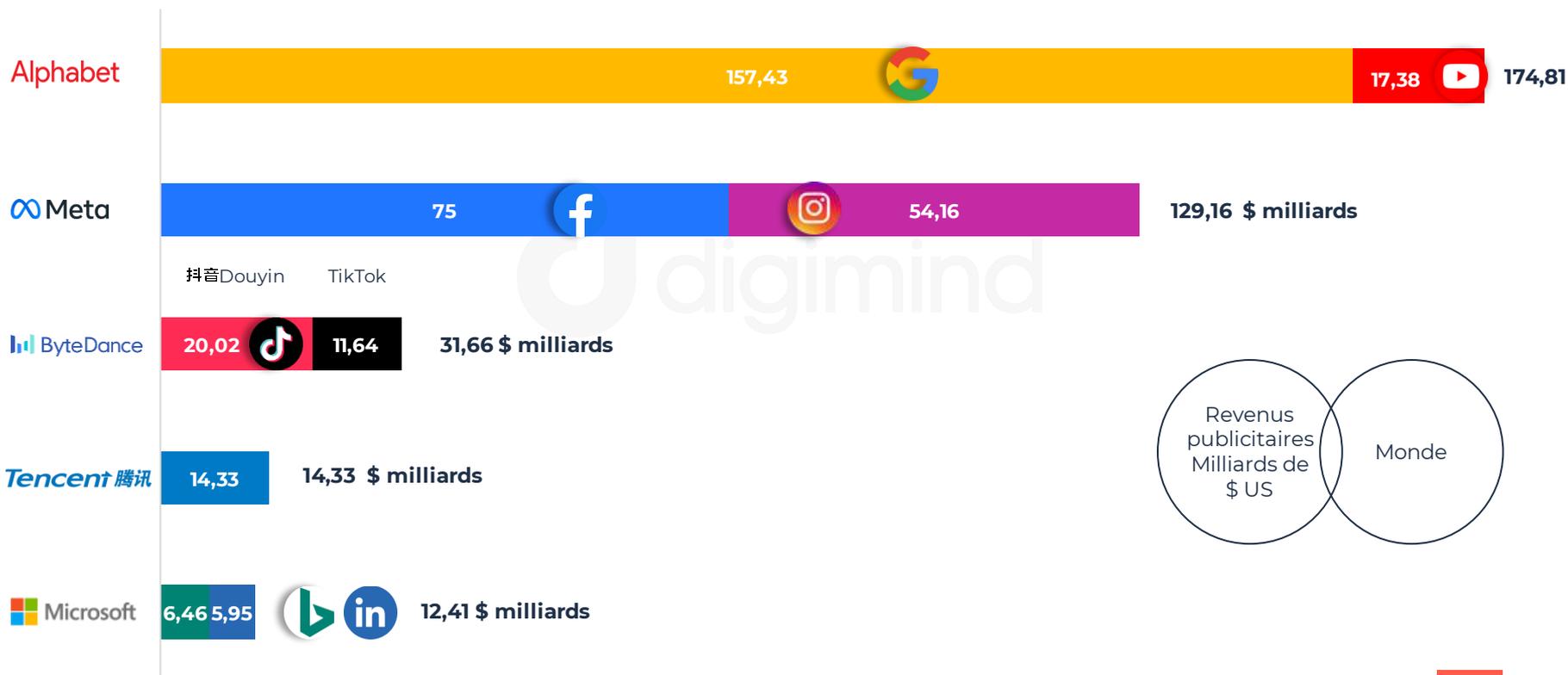


# Parts de marché des moteurs de recherche en France. 2023



Source : StatCounter in WeAreSocial Digital 2023 France

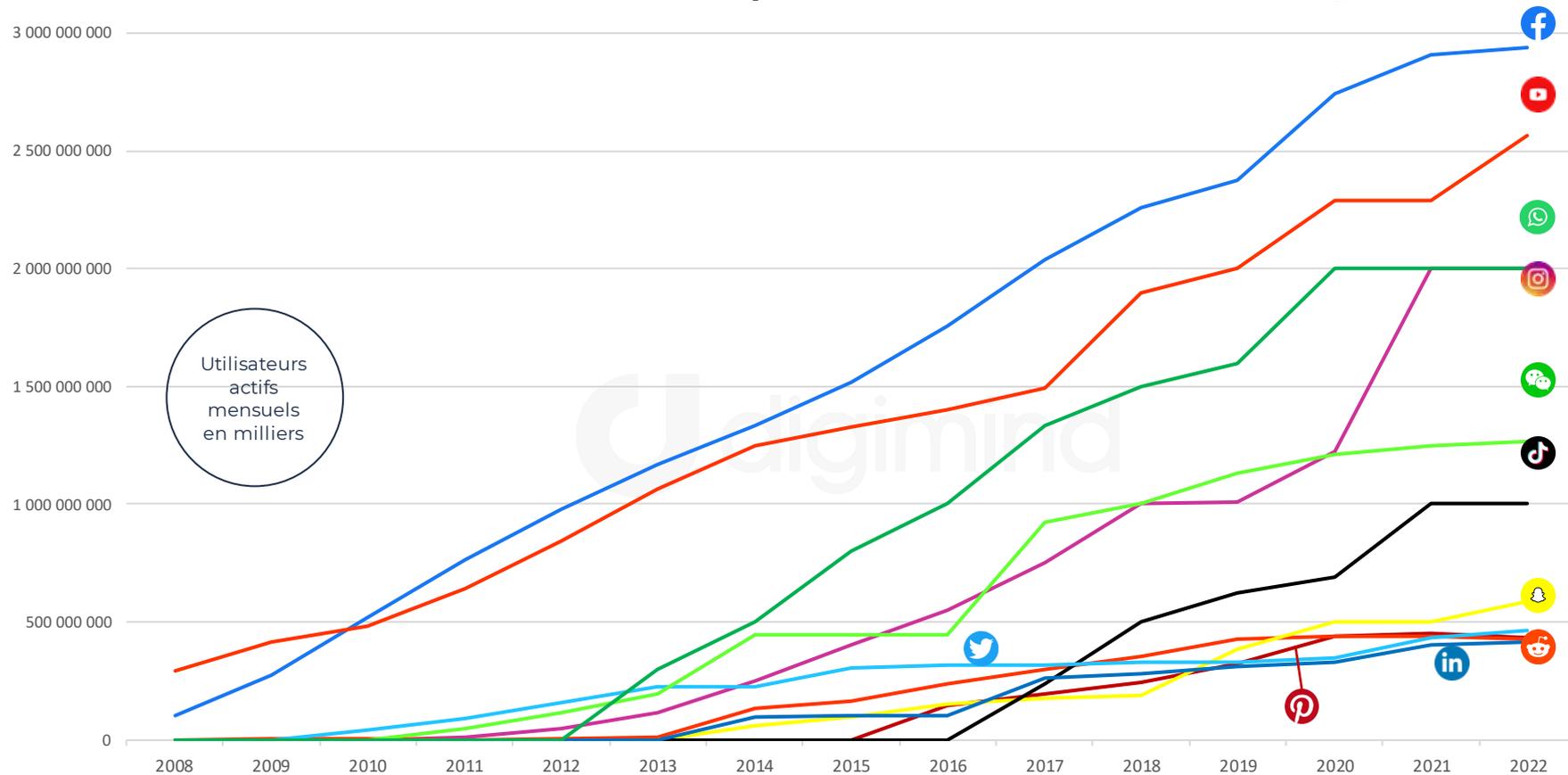
# Prévisions revenus publicitaires plateformes social media. Année 2022.



Sources : eMarketer- Insider Intelligence . Mars 2022



# Evolution des utilisateurs actifs mensuels par réseau social 2008-2022

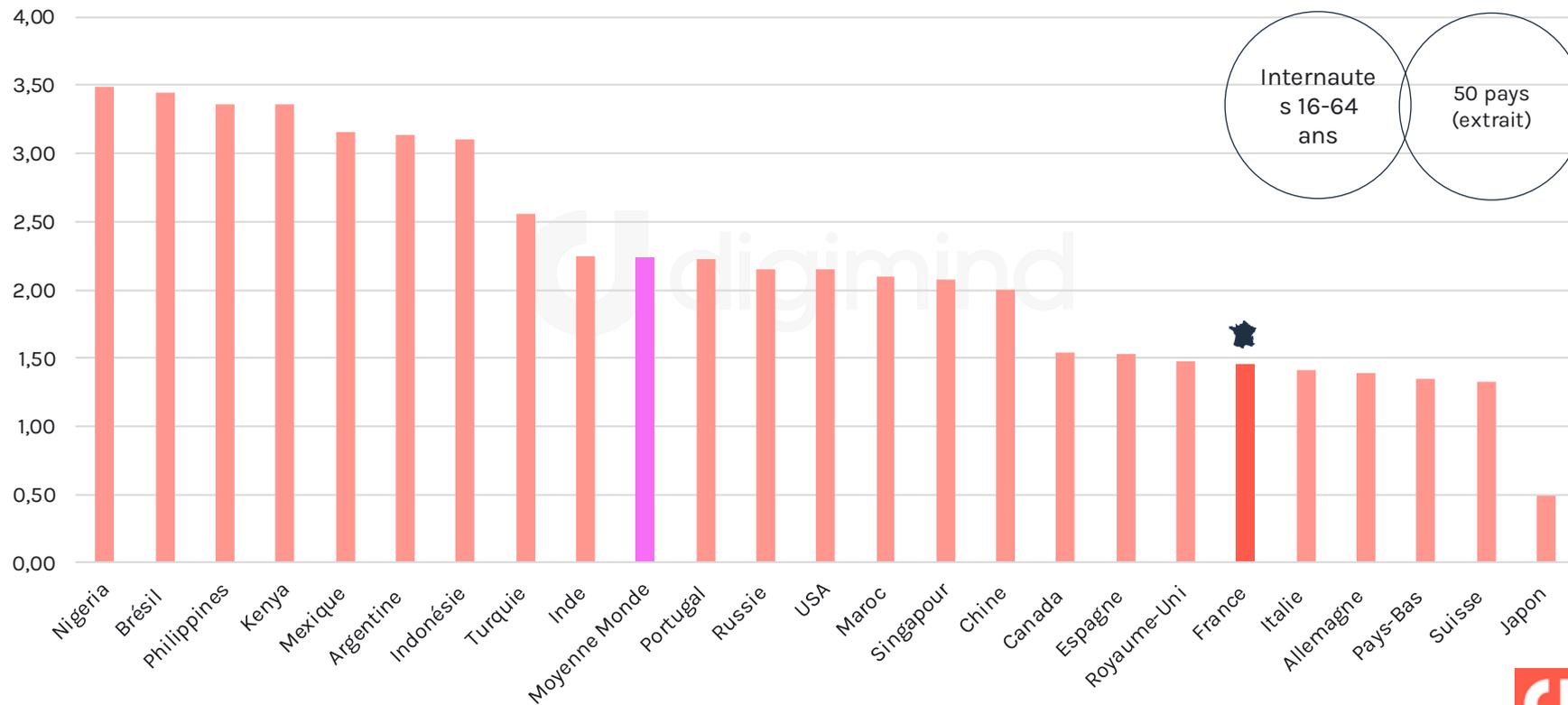


Sources : TNW, Statista, ourworldindata, plateformes sociales, We Are Social

# Temps passé sur les réseaux sociaux par jour dans le monde. 2023



Heures, minutes



Internaute  
s 16-64  
ans

50 pays  
(extrait)

Source : GlobalWebIndex's report on the latest trends in social media Q2 2023 - Digital Report 2023 octobre



# App. mobiles : téléchargements-utilisateurs actifs-dépenses. Monde Q3 2023



## Téléchargements Q3 2023

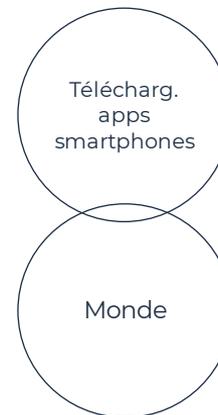
1		Threads	new
2		TikTok	-1
3		Instagram	-1
4		Facebook	-1
5		WhatsApp Messenger	-1
6		CapCut	-1
7		Telegram	-1
8		Snapchat	-1
9		WhatsApp Business	-
10		Temu	+7

## Dépenses par utilisateurs

	TikTok	-
	YouTube	-
	Tinder	-
	Disney+	-
	Google One	-
	Max	-
	Piccoma	-
	Bumble App	-
	LinkedIn	+1
	DuoLingo	+1

## Utilisateurs actifs Q3 2023

	Facebook	-
	WhatsApp	-
	Instagram	-
	Messenger	-
	TikTok	-
	Telegram	-
	Amazon	-
	Spotify	-
	X	-
	Netflix	-



Source : Data AI (ex App Annie Intelligence 2023-2022). State of Mobile. Variations / Q2 2023



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



## Téléchargements 2022

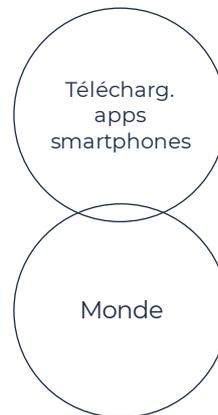
1		Instagram	+1
2		TikTok	-1
3		Facebook	=
4		WhatsApp	=
5		Snapchat	+1
6		Telegram	-1
7		CapCut	+2
8		Messenger	-1
9		WhatsApp Business	new
10		Spotify	=

## 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
		X 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 Vidéo -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



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



Source : data.ai 2023



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

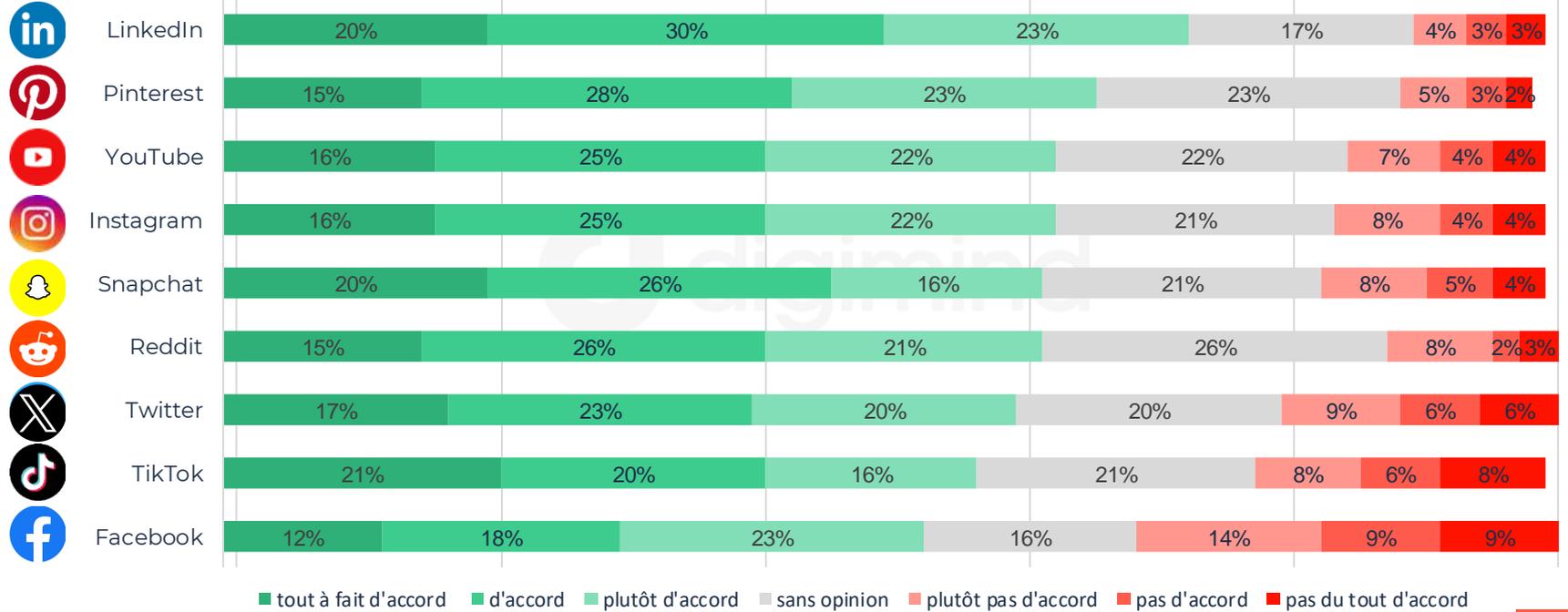


Source : App Annie Intelligence 2022



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

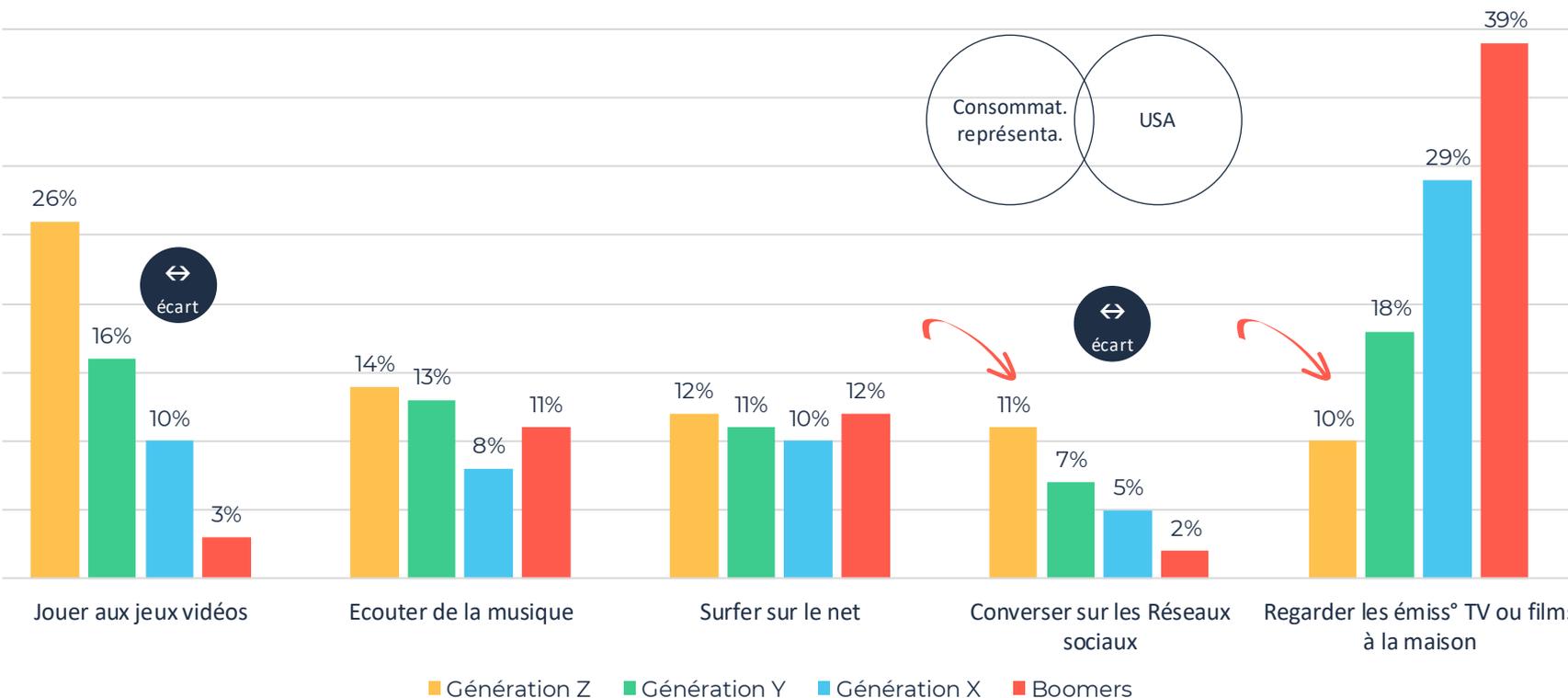
*Je suis convaincu que cette plateforme social media protège ma vie privée et mes données*



Source : Insider Intelligence "US DigitalTrust" Survey juin 2020



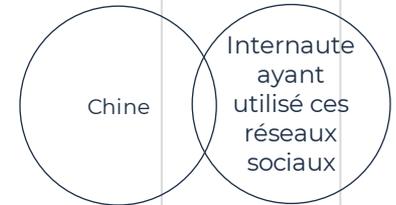
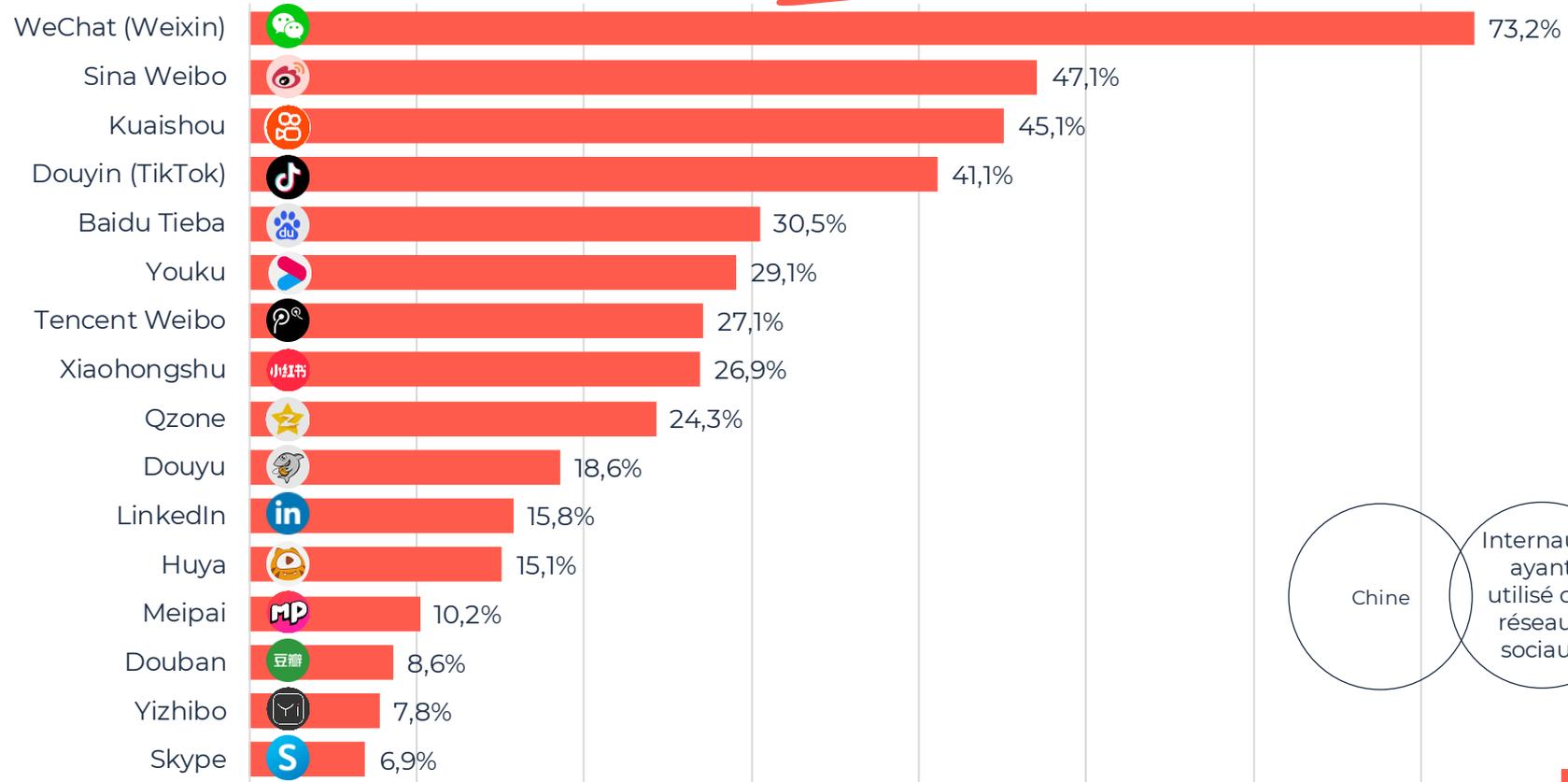
# Activités favorites de divertissement par générations. (USA)



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



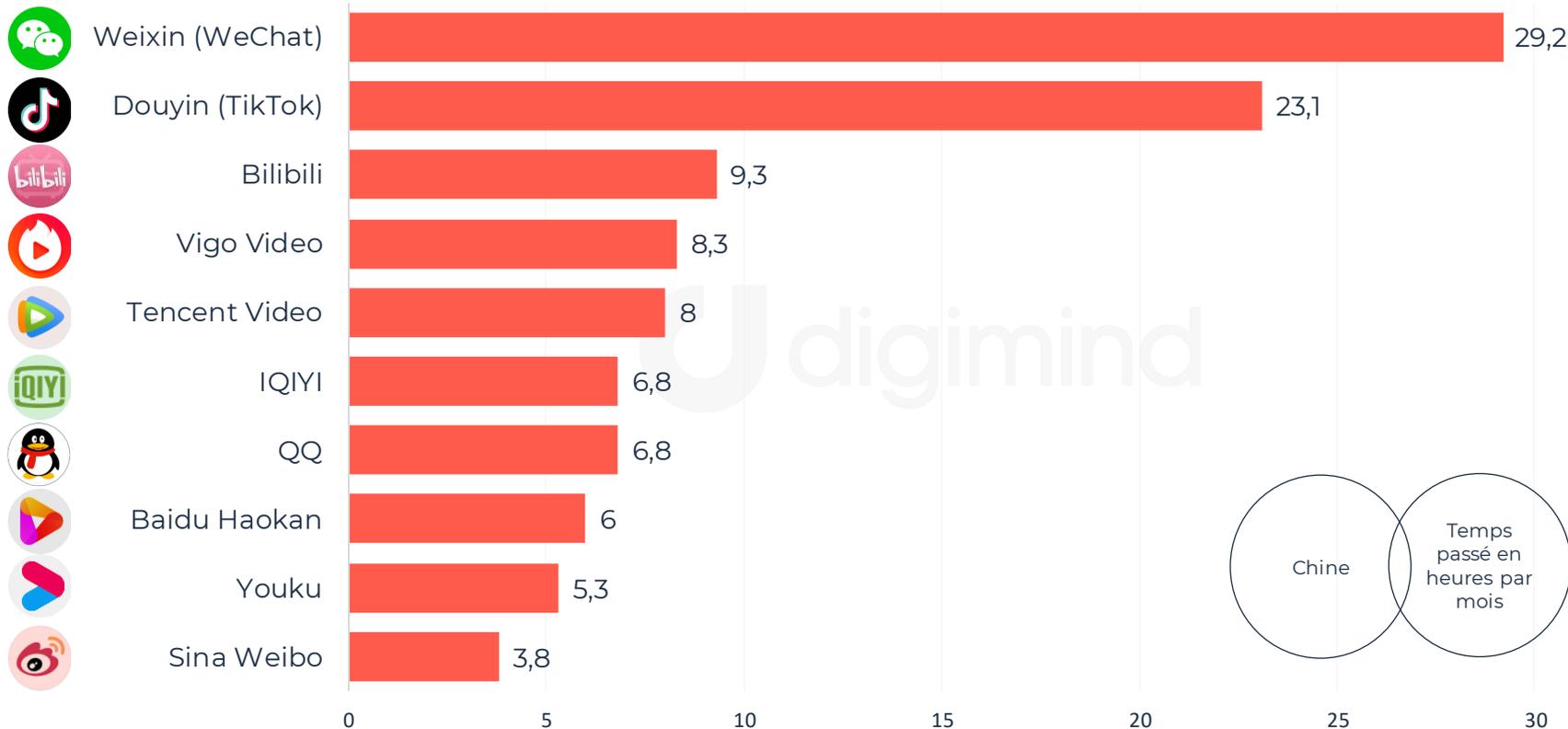
# Les réseaux sociaux les plus populaires en Chine. 2020



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



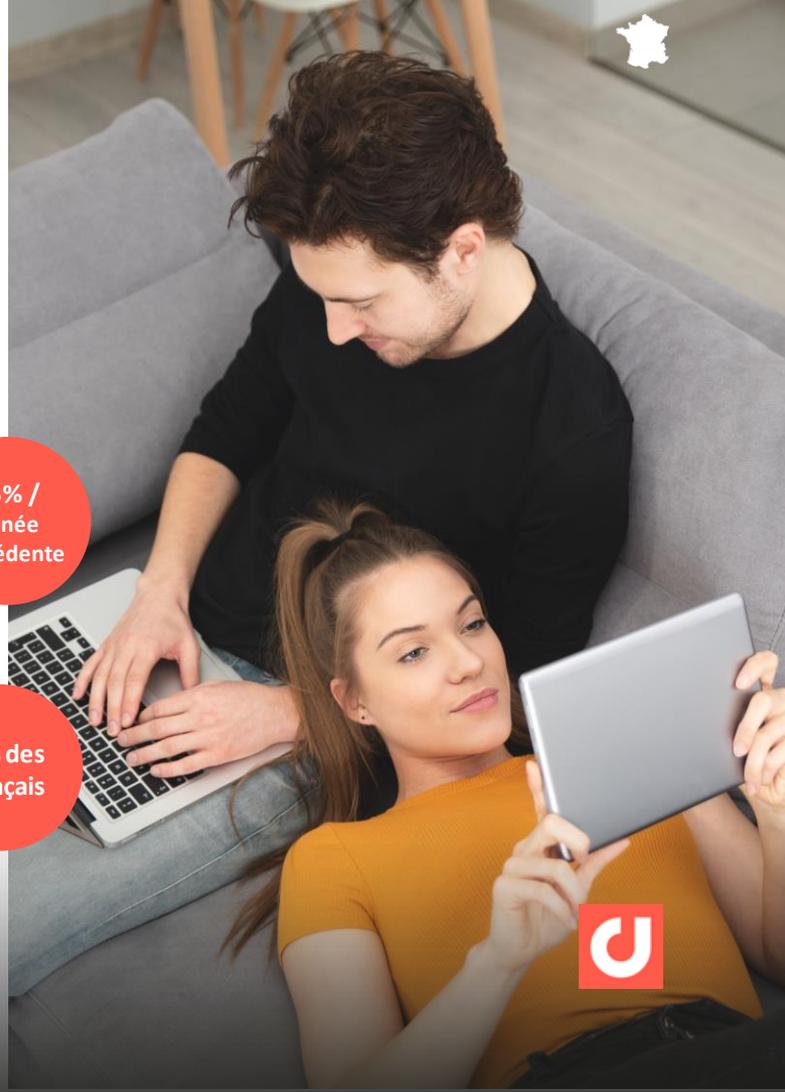
## Messageries et réseaux sociaux en 2023

**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 \*



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.



# App. mobiles : téléchargements-utilisateurs actifs-dépenses. France Q3 2023



## Téléchargements Q3 2023

- 1  **Temu** – Temu
- 2  **WhatsApp** – Meta
- 3  **TikTok** – ByteDance
- 4  **SHEIN** – Shein
- 5  **Google Maps** – Google
- 6  **Instagram** – Meta
- 7  **Waze** - Google
- 8  **CapCut** - ByteDance
- 9  **Telegram** – Telegram FZ-LLC
- 10  **Google** – Google

## Utilisateurs actifs Q3 2023

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

## Dépenses par utilisateurs

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

Source : Data AI (ex App Annie Intelligence 2023-2022).





## 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

Rang	App	Variation / 2020
1	<b>TousAntiCovid</b> – Gvt Fr;	new
2	<b>WhatsApp</b> – Meta	=
3	<b>TikTok</b> – ByteDance	-2
4	<b>Instagram</b> – Meta	-1
5	<b>Doctolib</b> – Doctolib	new
6	<b>Shein</b> – Shein Group Ltd	new
7	<b>Facebook</b> – Meta	+3
8	<b>Snapchat</b> – Snap	+1
9	<b>UberEats</b> – Uber Technologies	new
10	<b>Vinted</b> – Vinted	-2

## Utilisateurs actifs 2021

Rang	App
1	<b>WhatsApp</b> – Meta
2	<b>Facebook</b> – Meta
3	<b>Messenger</b> – Meta
4	<b>Instagram</b> – Meta
5	<b>TousAntiCovid</b> – Gvt fr
6	<b>Snapchat</b> – Snap
7	<b>Waze</b> – Google
8	<b>Netflix</b> – Netflix =
9	<b>Amazon</b> – Amazon
10	<b>TikTok</b> – ByteDance

## Dépenses par utilisateurs

Rang	App
1	<b>Deezer</b> – Deezer
2	<b>Disney+</b> – Disney
3	<b>Tinder</b> – Tinder Inc.
4	<b>Netflix</b> – Netflix
5	<b>Google One</b> – Google
6	<b>AdopteUnMec</b> – GEB AdoptAGuy
7	<b>YouTube</b> – Google
8	<b>Twitch</b> – Twitch Interactive
9	<b>TikTok</b> – ByteDance
10	<b>Happn</b> – Happn SAS

Source : App Annie Intelligence 2020-2021



# Les applications mobiles : téléchargements et dépenses utilisateurs. Q2 2021



## Téléchargements

/1<sup>er</sup> trim.  
2021

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

## Dépenses par utilisateurs

/1<sup>er</sup> trim.  
2021

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

Télécharg.  
App Store  
+ Google  
Play

France

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

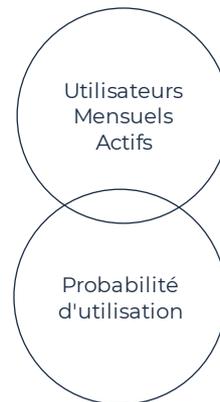


## Femmes

- 1  **WhatsApp**
- 2  **Facebook**
- 3  **Facebook Messenger**
- 4  **Instagram**
- 5  **Snapchat**

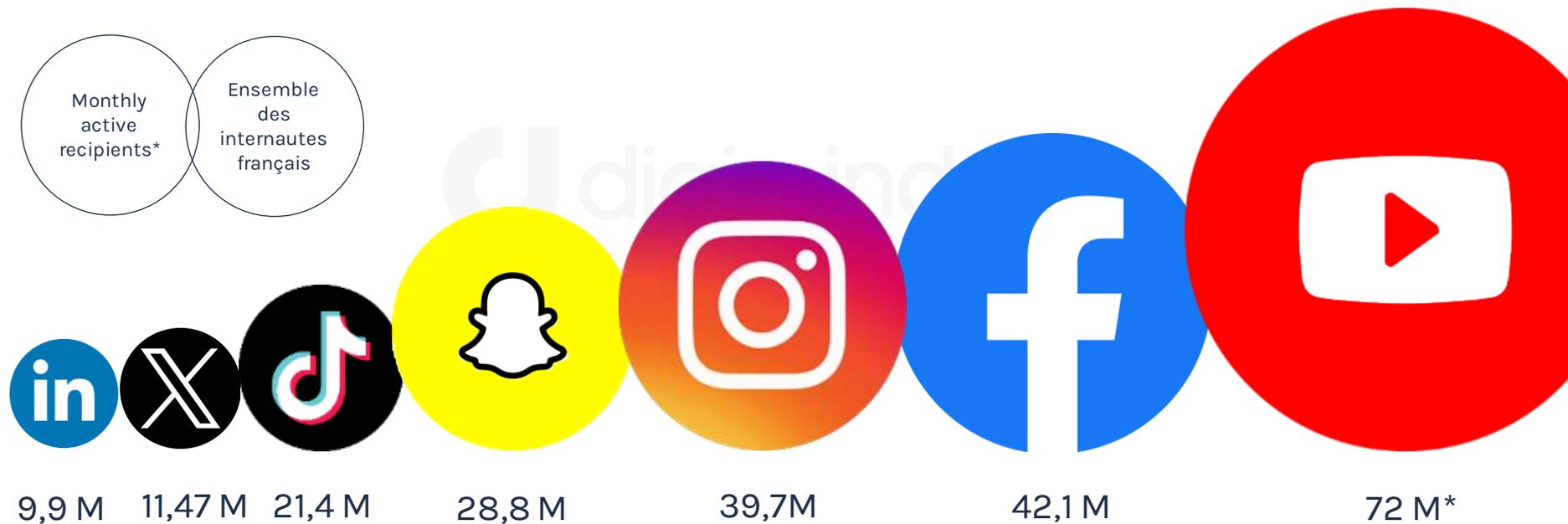
## Hommes

- 1  **TousAntiCovid**
- 2  **Waze**
- 3  **Amazon**
- 4  **Le Bon Coin**
- 5  **Spotify**



Source : App Annie Intelligence 2021. Android.



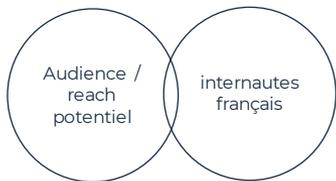


Monthly active recipients' - Monthly average logged-in active users in the European Union -Digital Services Act Transparency Reports from LinkedIn, X, TikTok, Meta for Facebook et Instagram, Snap, Google for Youtube\*. Octobre et novembre 2023

\* Average monthly counts based on distinct signed in accounts of recipients



# Audience potentielle des réseaux sociaux en France en 2023



digimind



10,6 M



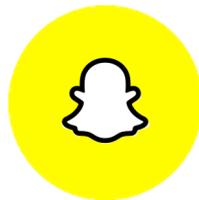
13,7 M



20,95 M



23,75 M



25,4 M



26 M



30,4 M

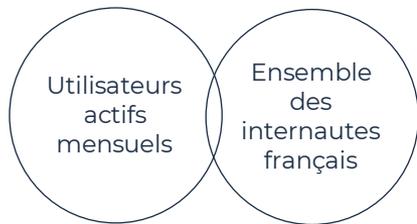


52,1 M

Nombre d'internautes France : 55,6 millions, 87,3% des Français (Médiamétrie–Audience Internet Global –France – septembre 2023)  
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 2023



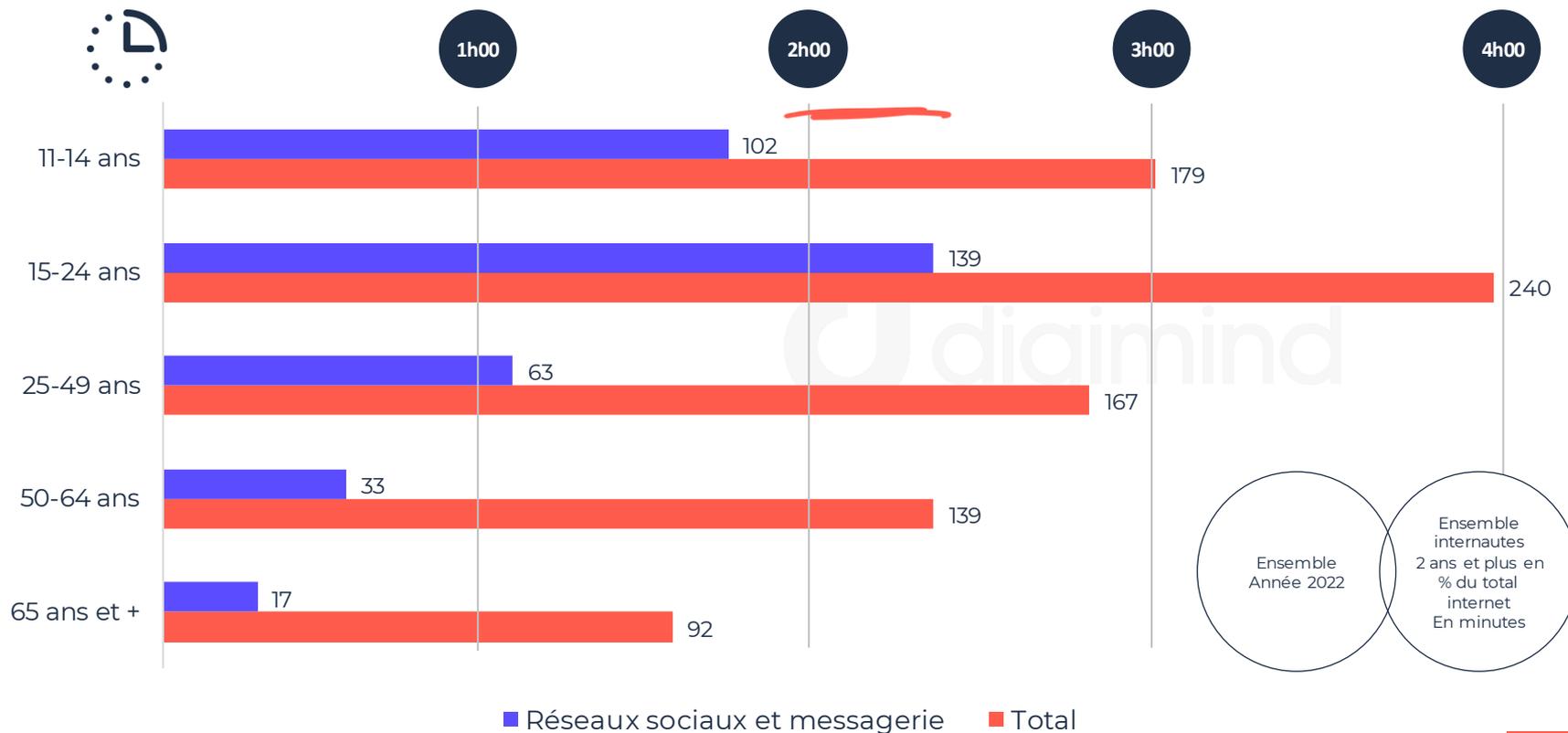
digimind



Nombre d'internautes France : 54 millions, 85% des français (Médiamétrie–Audience Internet Global –France – août 2022)



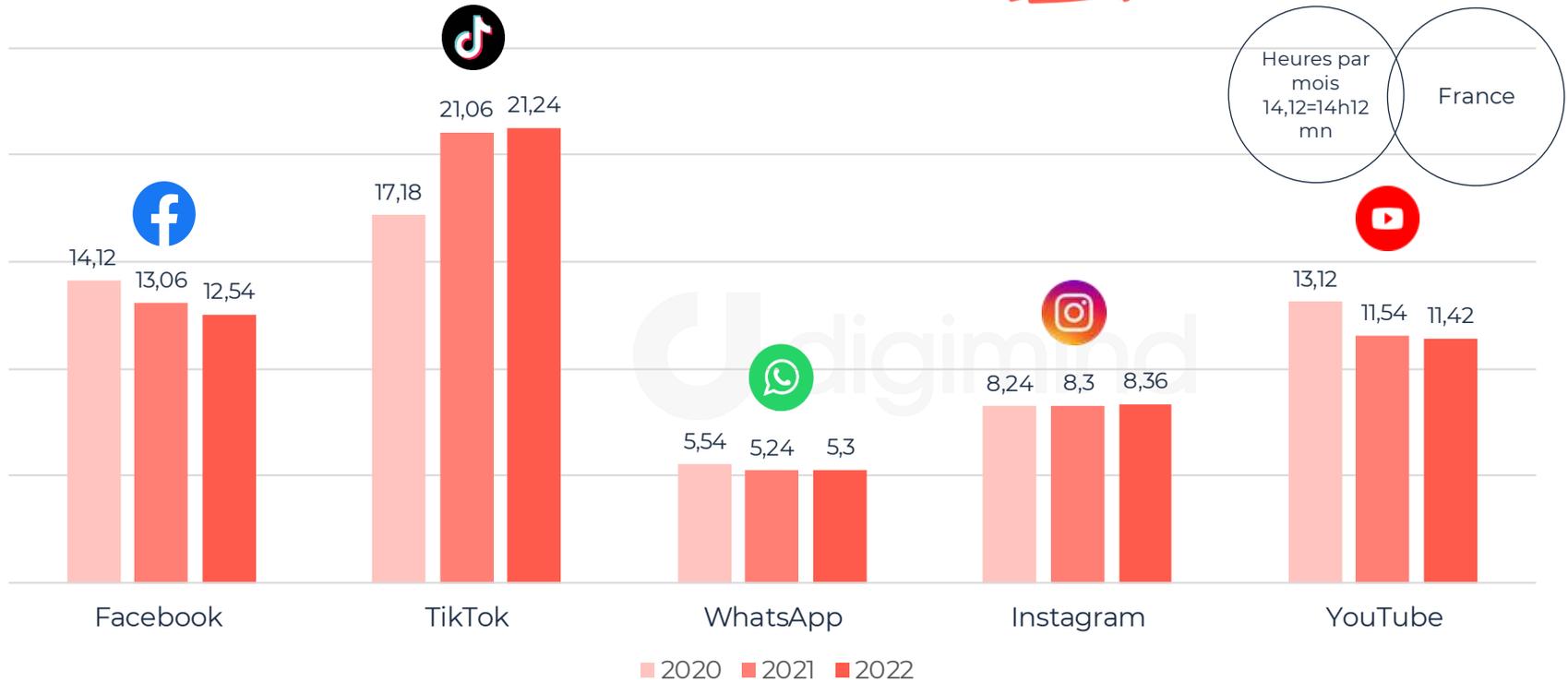
# Répartition du temps passé sur les réseaux sociaux et messageries en minutes par jour par rapport au surf total



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



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

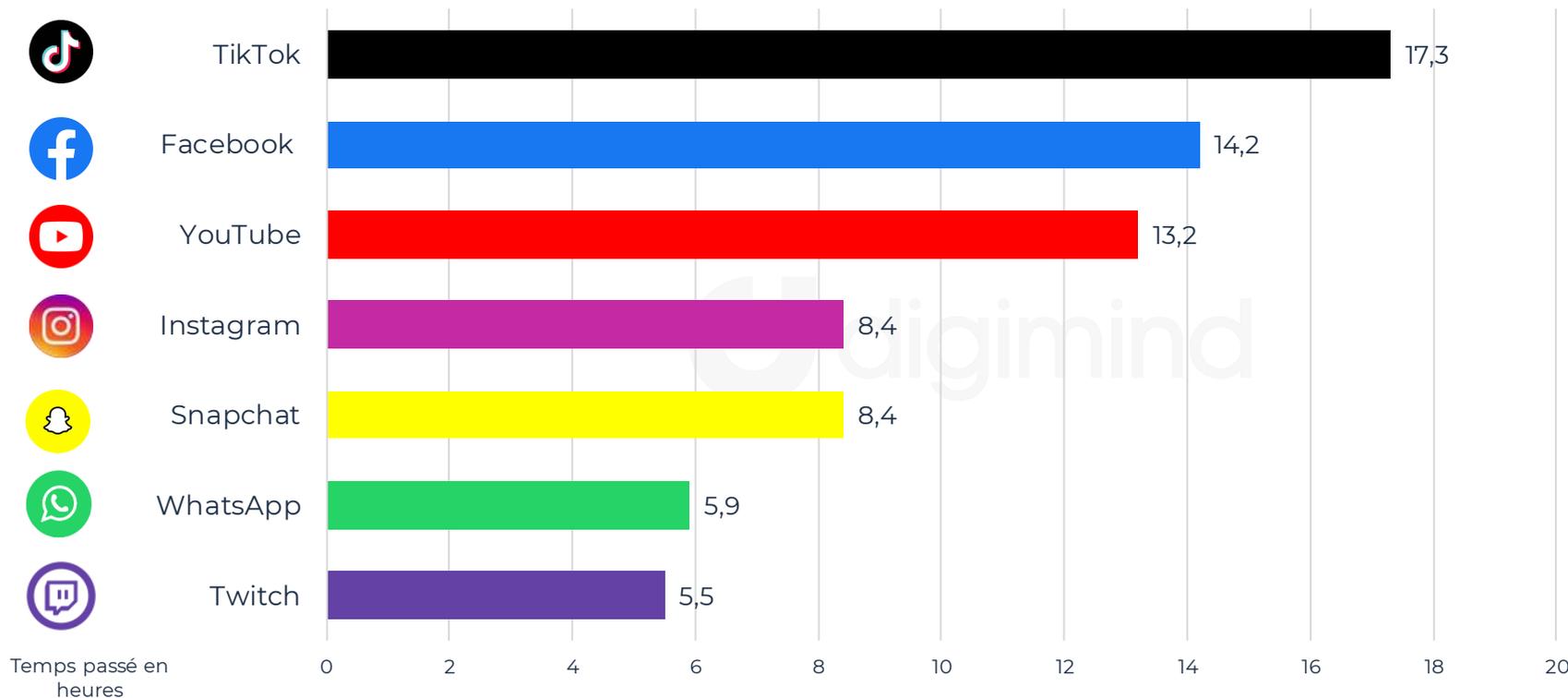


Temps passé en heures

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



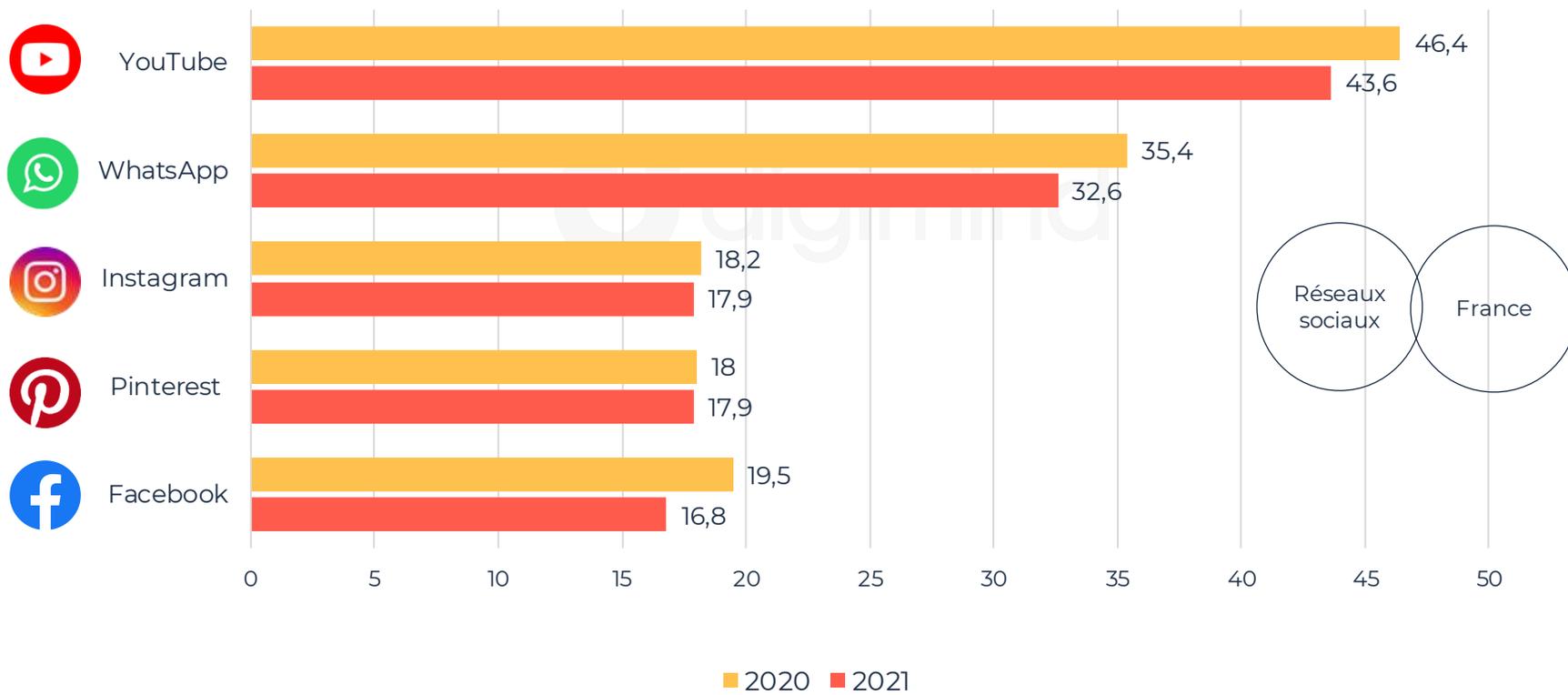
# Temps passé sur les réseaux sociaux et messageries en heures par mois. France



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



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



Source : YouGov- octobre 2021-1020 personnes représentatives de la population nationale âgée de 18 ans et plus



# 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

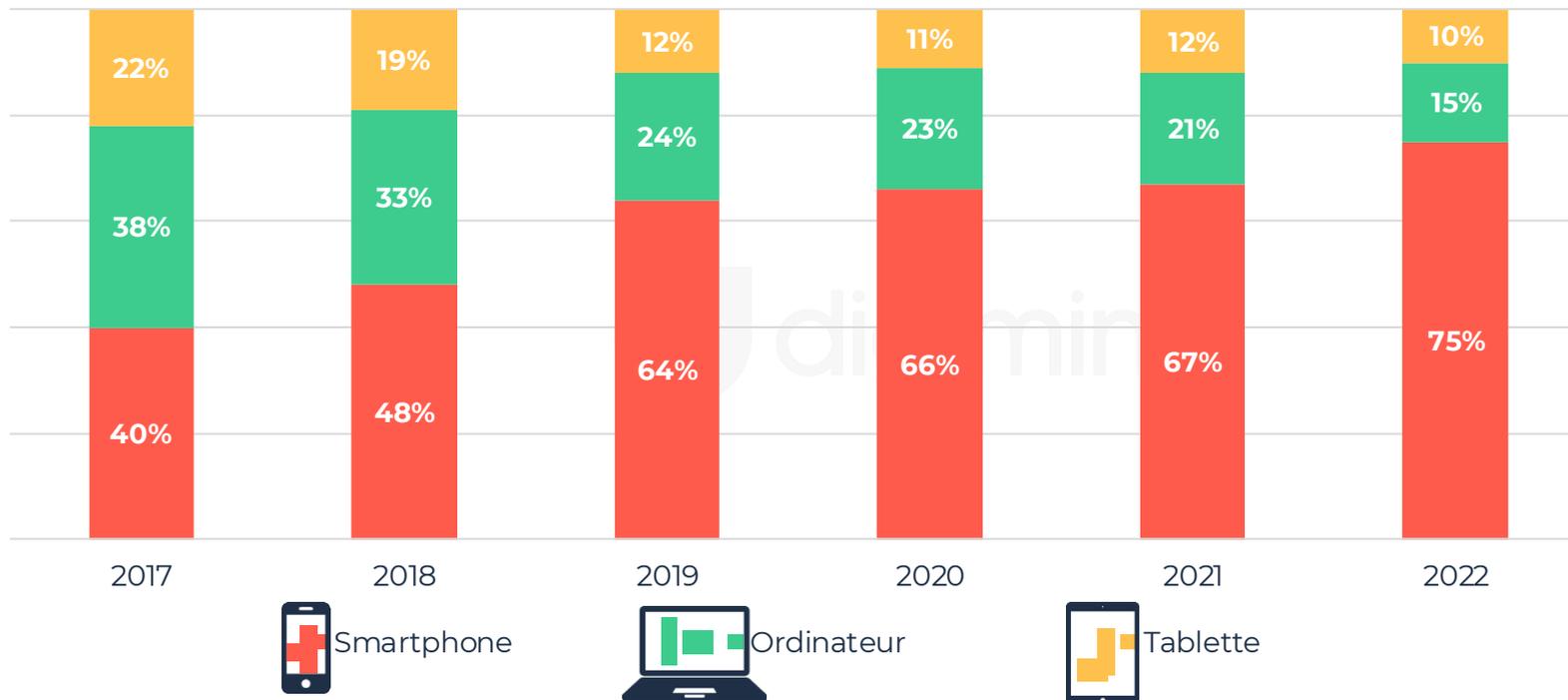
+/-

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

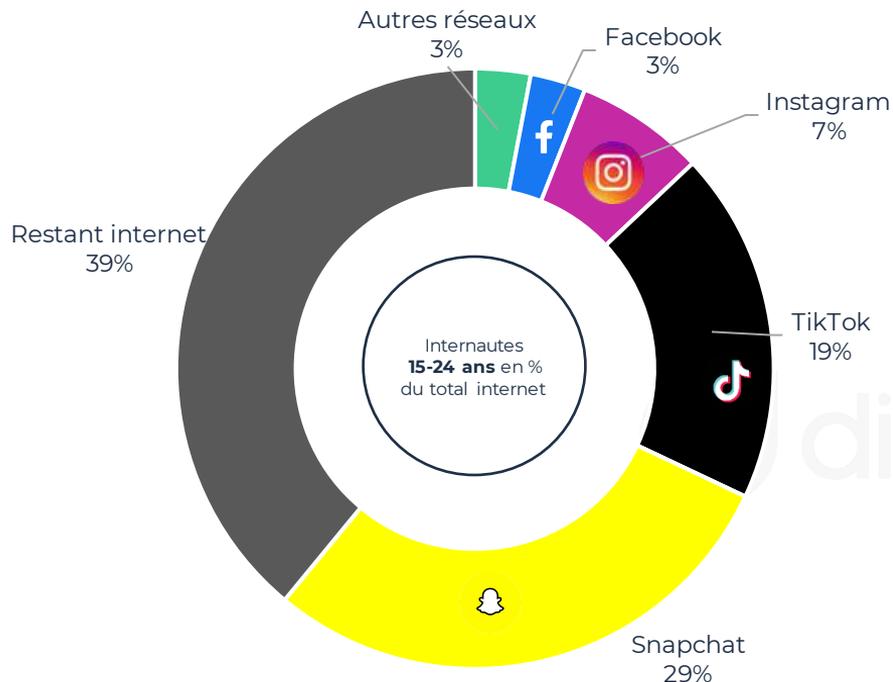
Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- L'année Internet 2022 - octobre 2022 Audience Internet Global -France - 2 ans et +



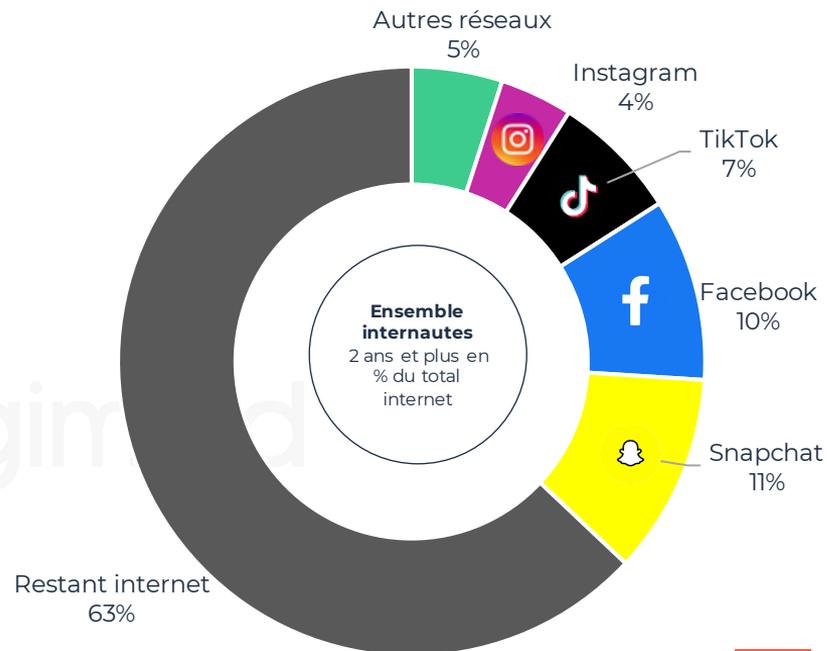
# Répartition du temps passé sur les réseaux sociaux et messageries en minutes par jour. Bilan 2022



+12mn / 2021



+7mn / 2021



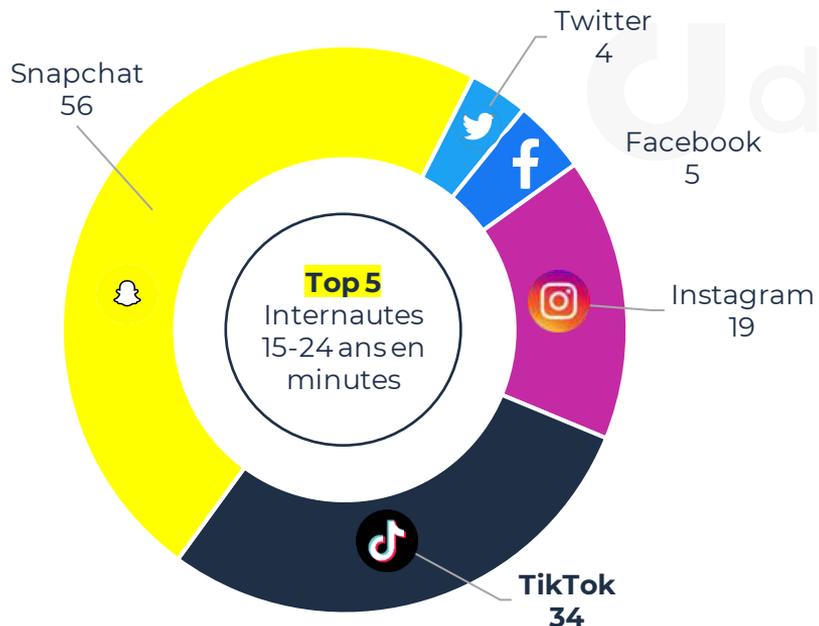
Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- L'année Internet 2022 - octobre 2022 Audience Internet Global France - 2 ans et +



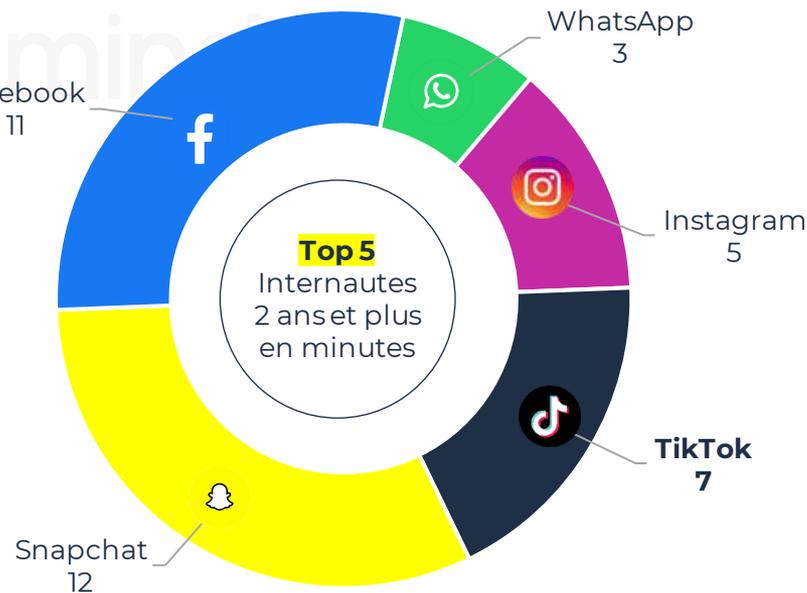
# Répartition du temps passé sur les réseaux sociaux et messageries en minutes par jour. Top 5



-4% / 2020



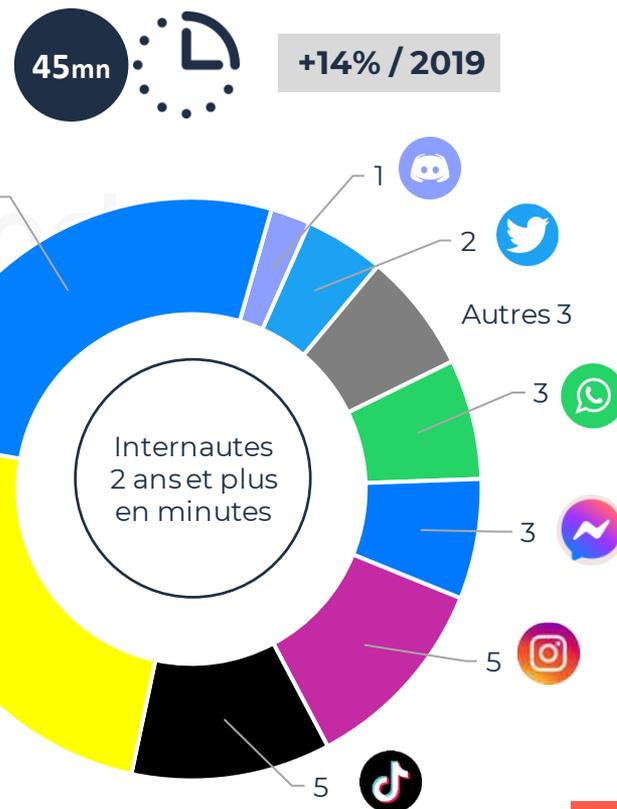
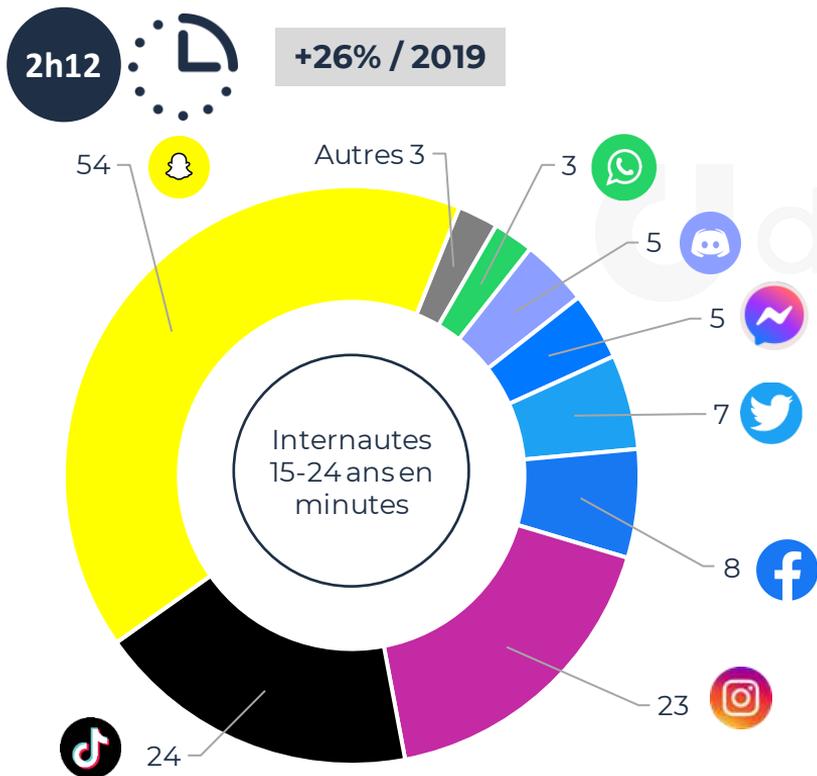
= / 2020



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

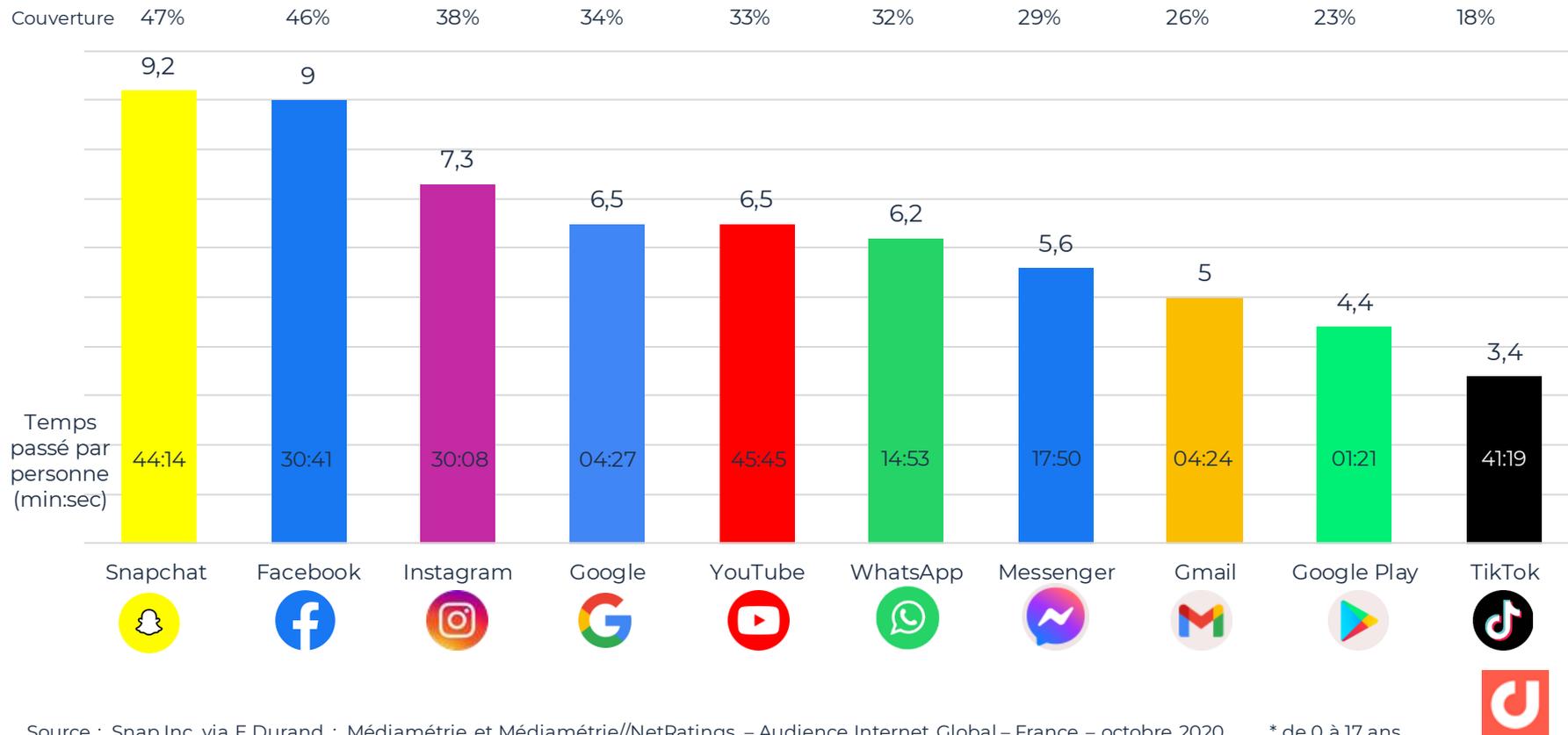


Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- L'année Internet – octobre 2019 - octobre 2020 - Audience Internet Global – France – 2 ans et plus –



# Top 10 des applications mobiles – Foyers avec enfant \*

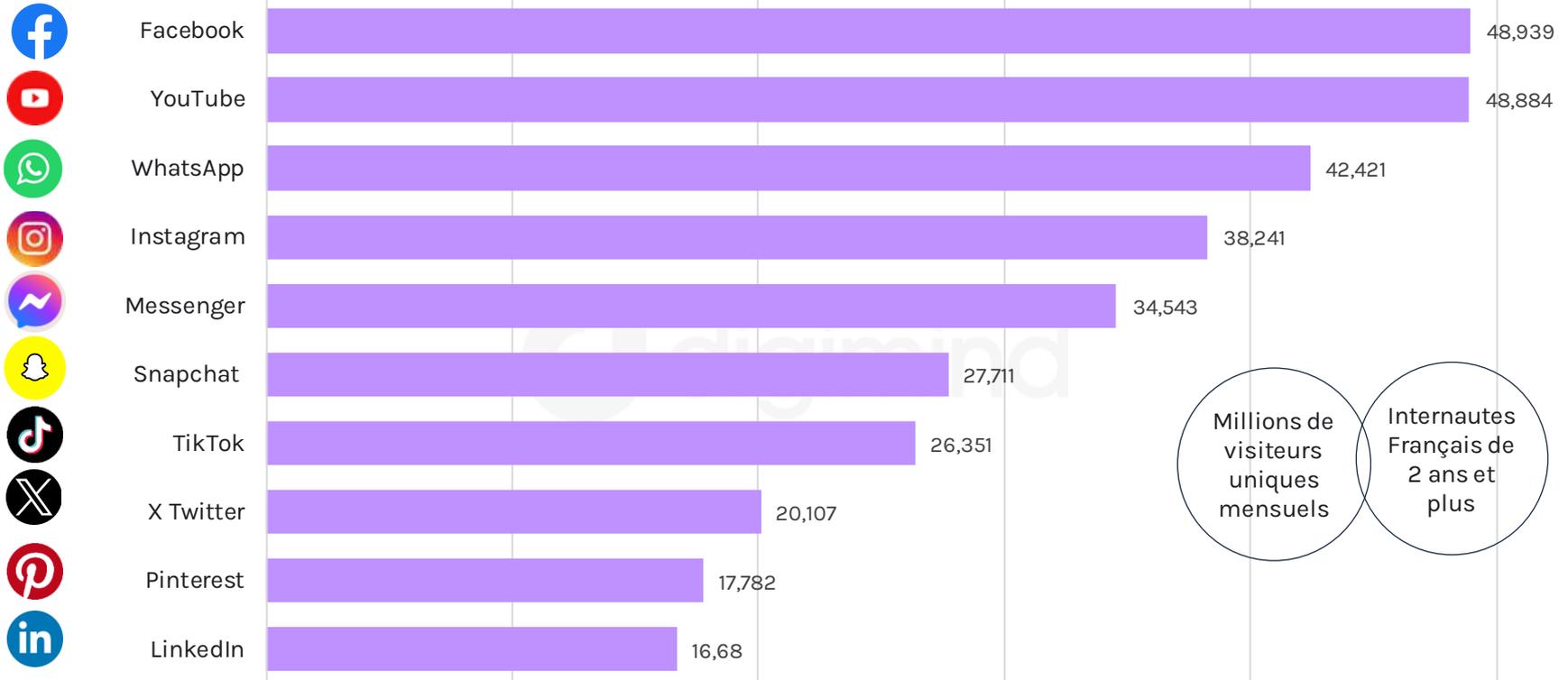
Utilisateurs quotidiens en millions. France entière



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

\* de 0 à 17 ans

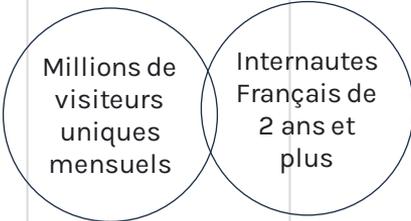
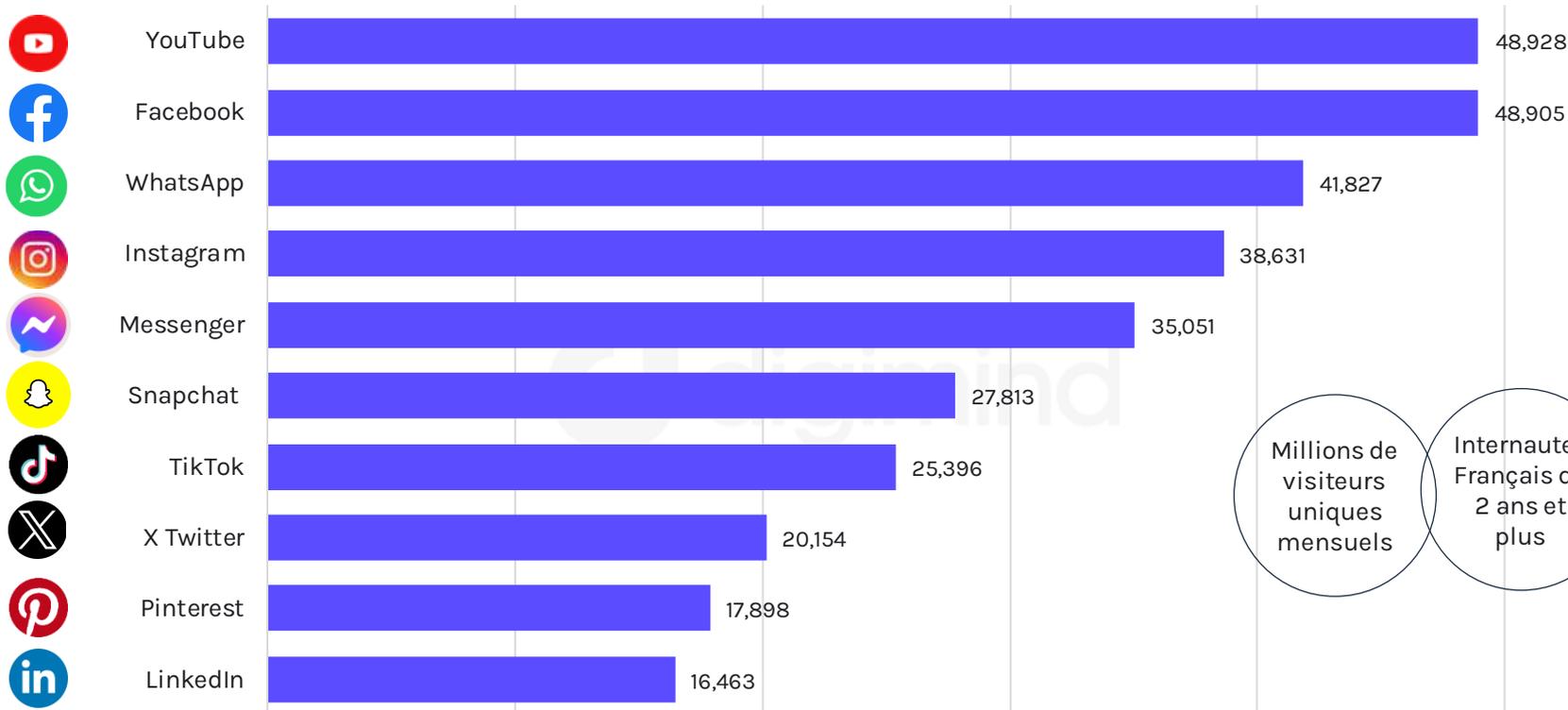
# Réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque mois en France (millions VU). Fin 2023



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



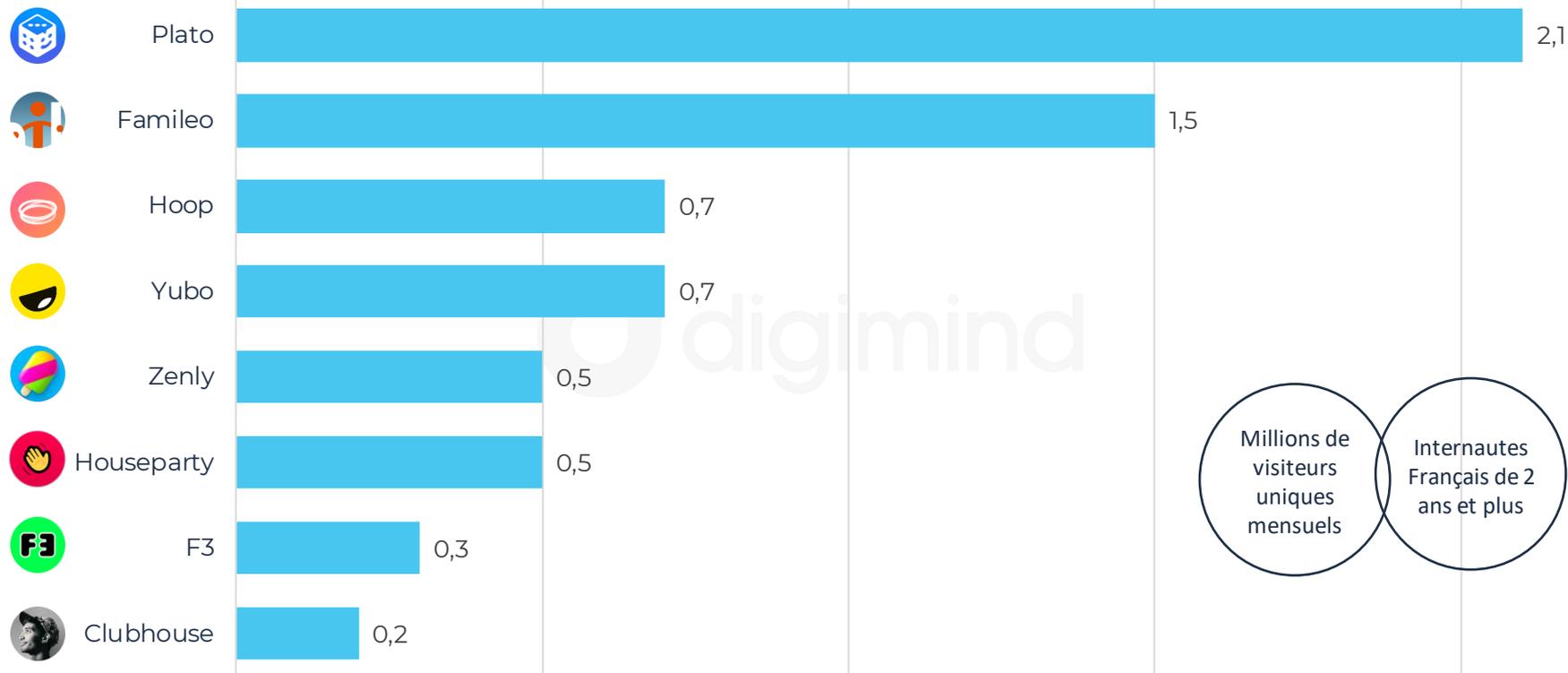
# Réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque mois en France (millions VU). Mi 2023



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



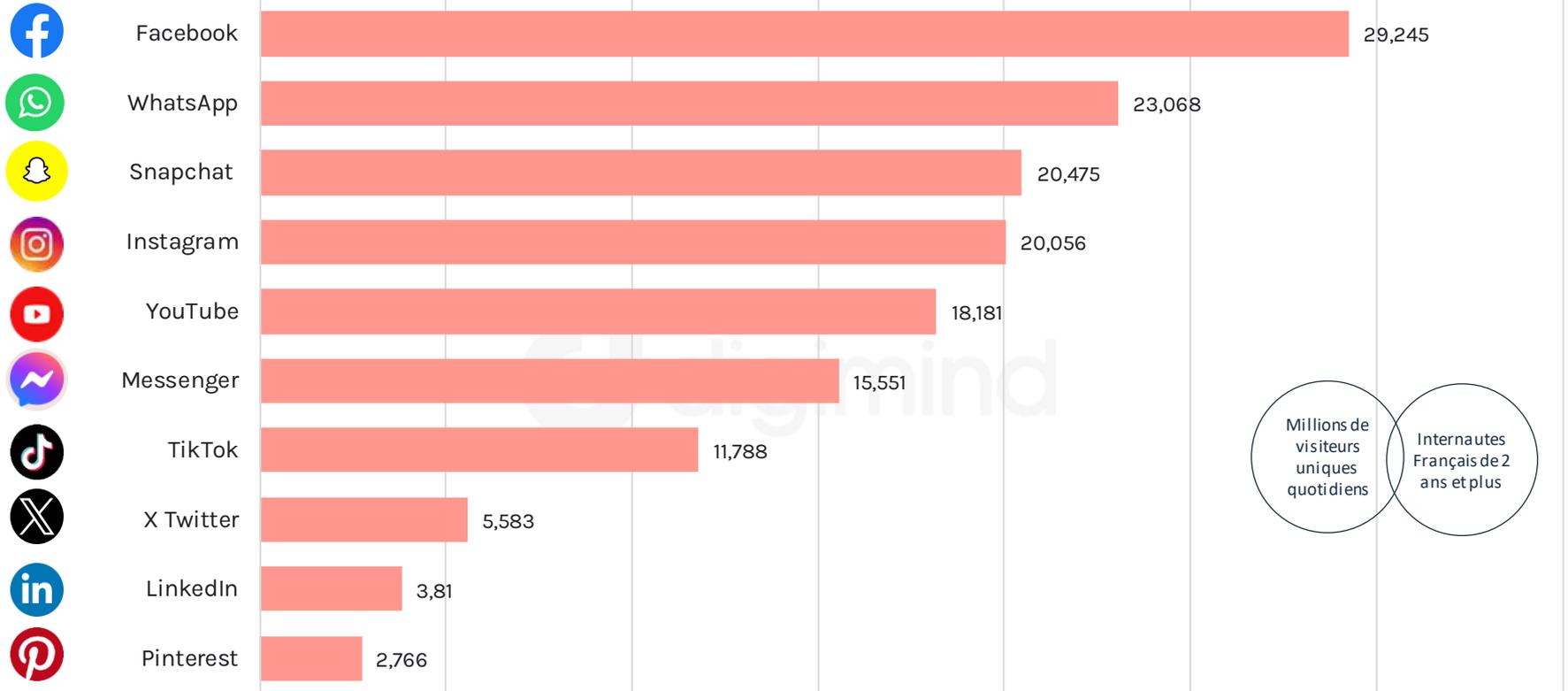
# Réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque mois en France (MU). Challengers. 2021



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)



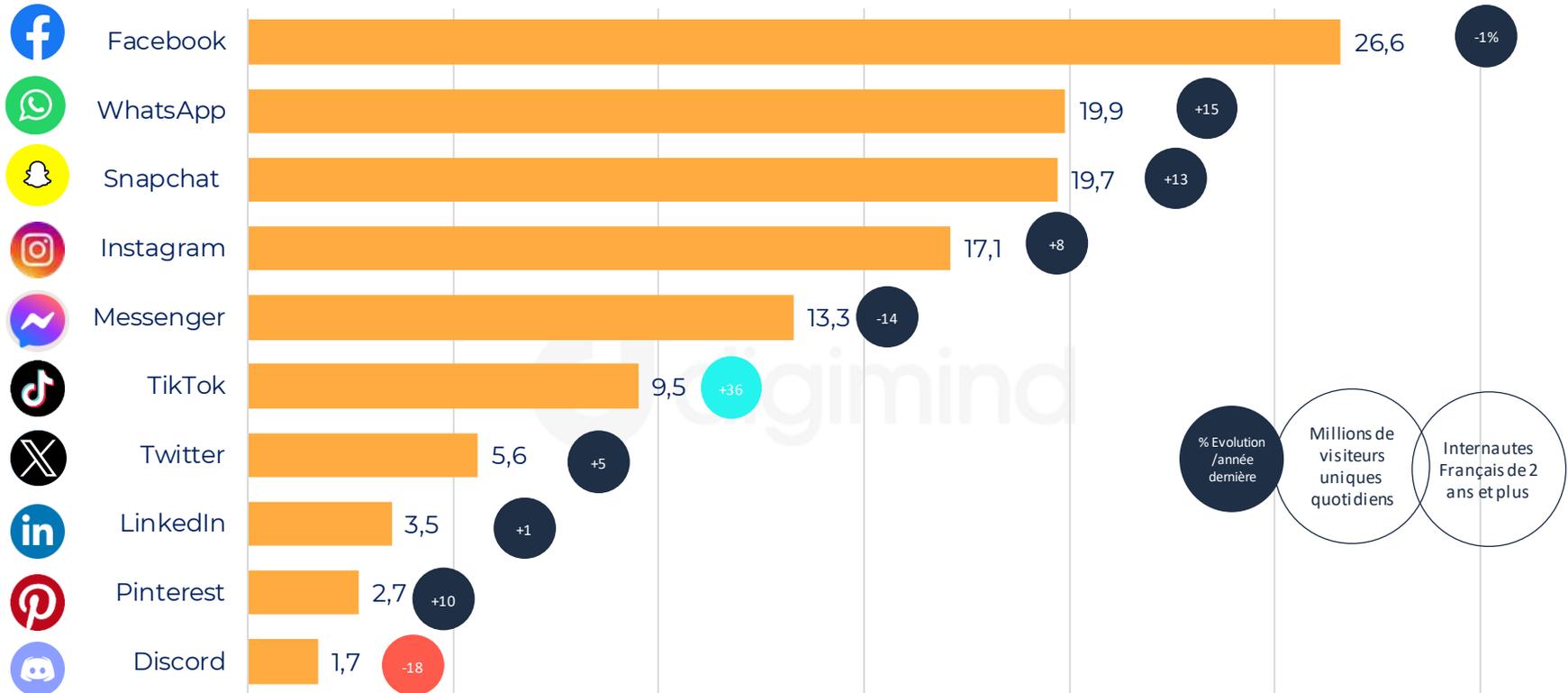
# Réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque jour en France (millions VU). Fin 2023



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



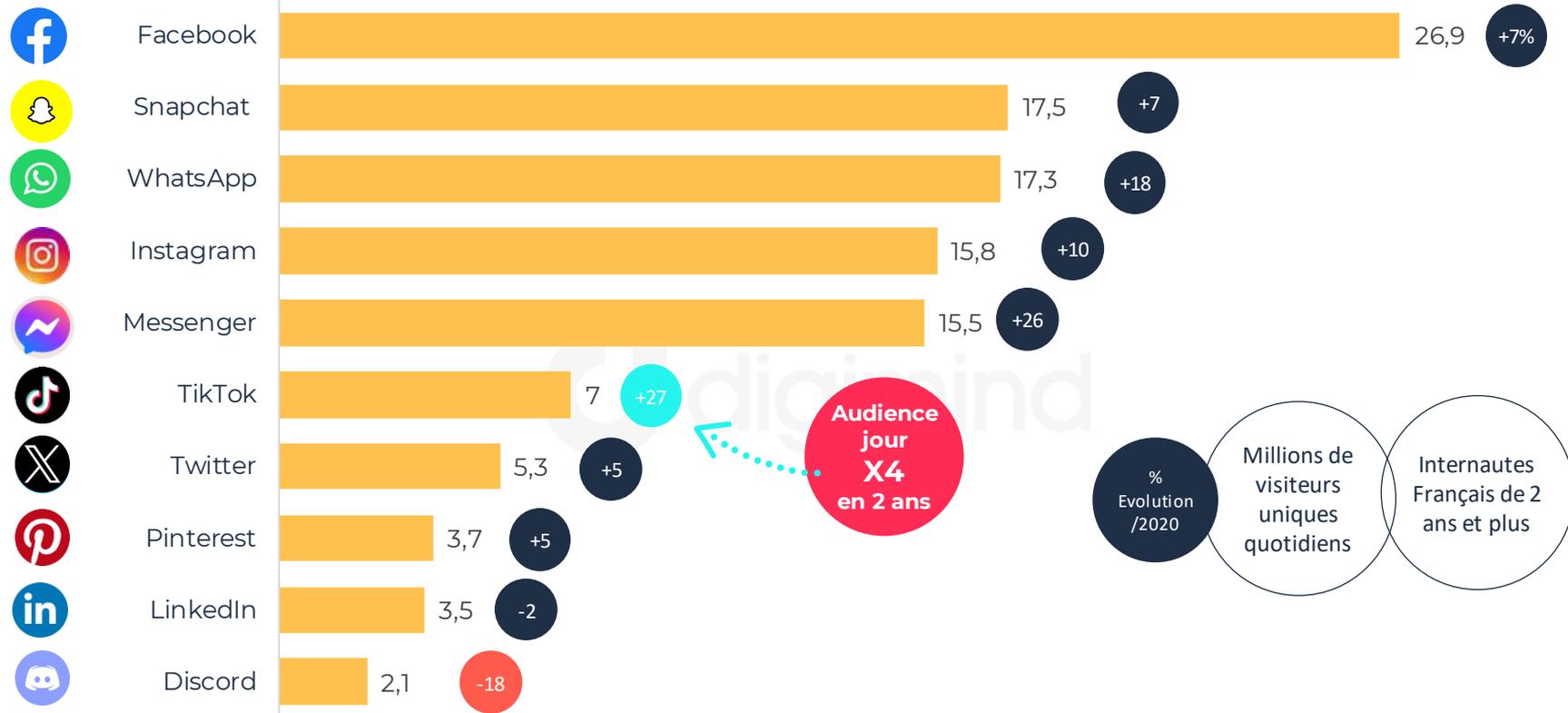
# Réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque jour en France. Année 2022



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



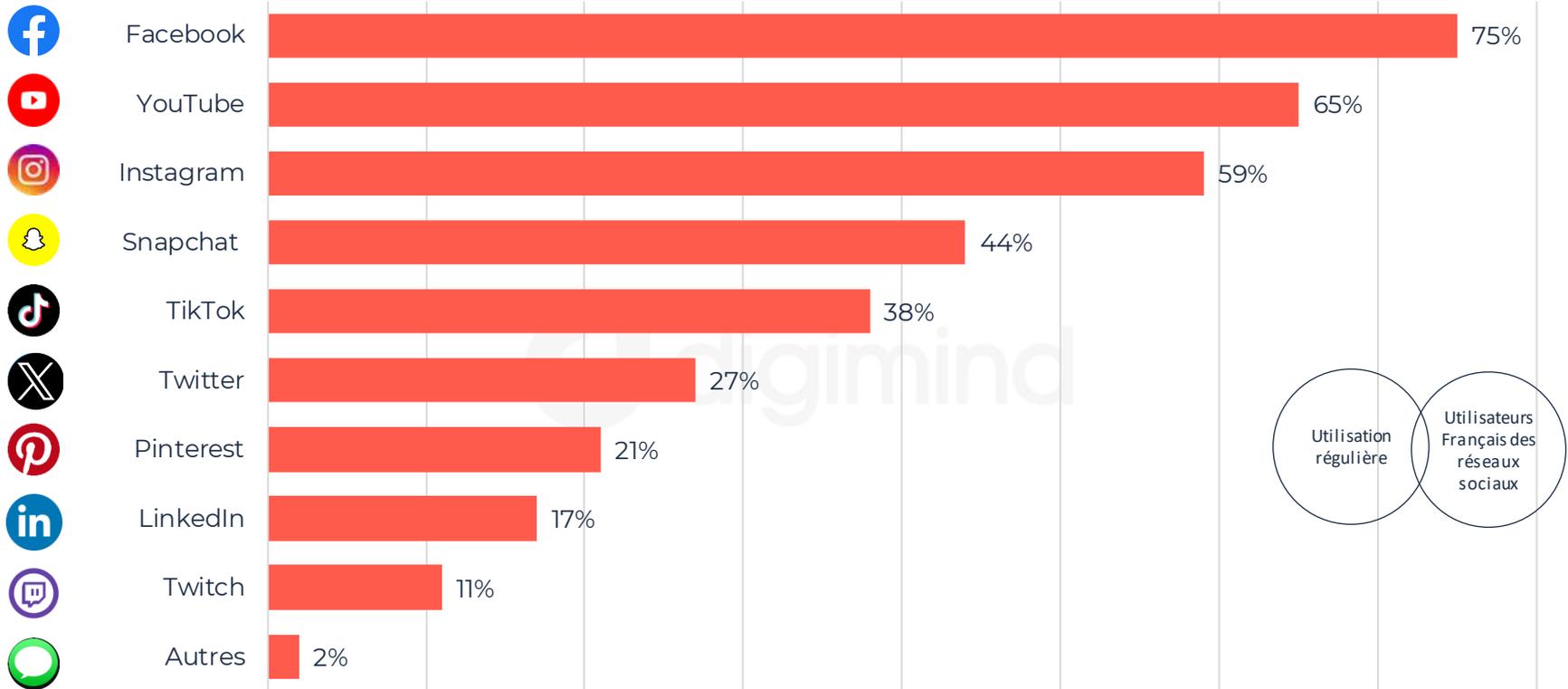
# Réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque jour en France. Année 2021



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



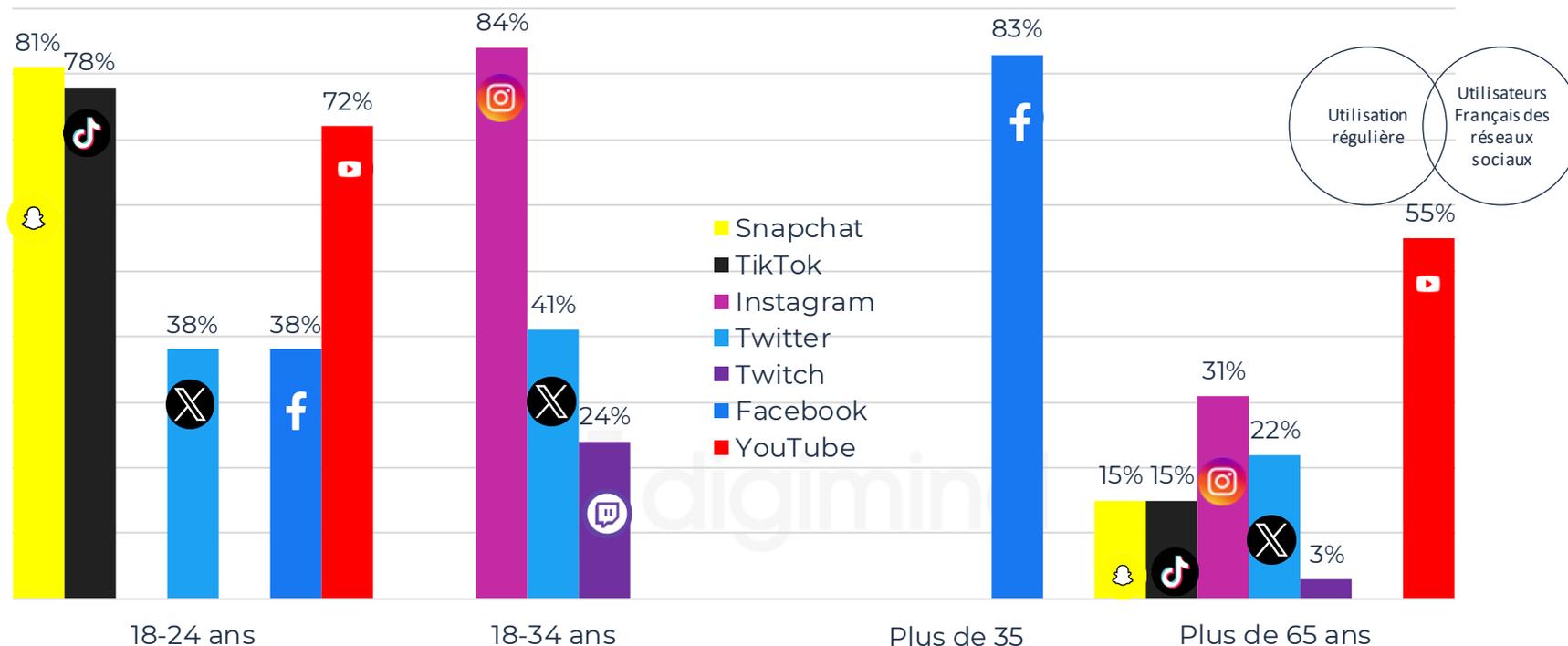
# Réseaux sociaux favoris des Français. 2023



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



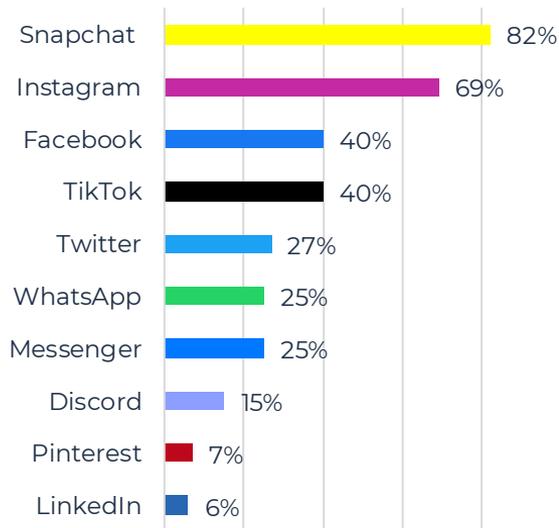
Source : Etude Reech 2023. Réalisée auprès de 1011 utilisateurs des réseaux sociaux et représentatifs des consommateurs français en 12/2022. Institut Norstat



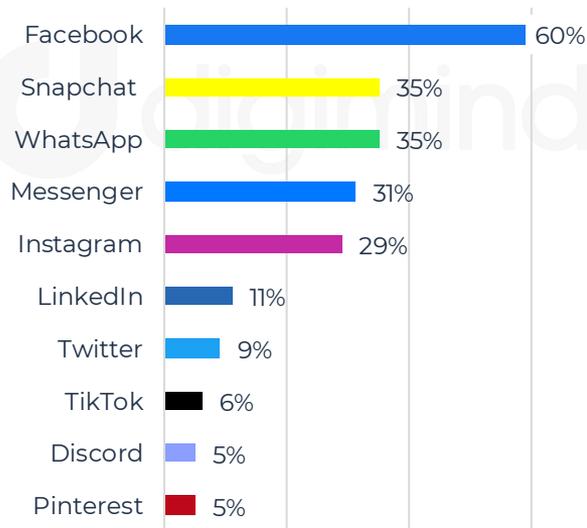
# Top 10 des réseaux et messageries par tranches d'âge. Présence chaque jour. 2021



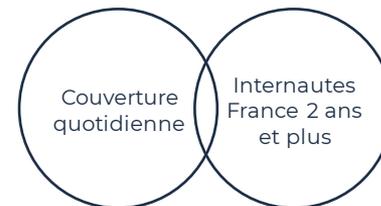
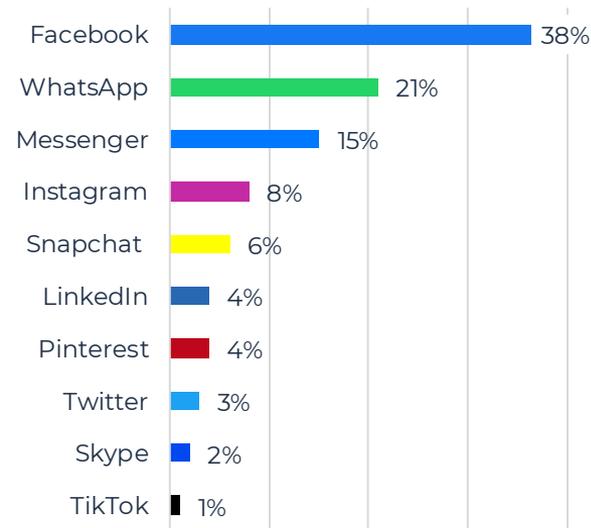
## 15-24 ans



## 25-49 ans



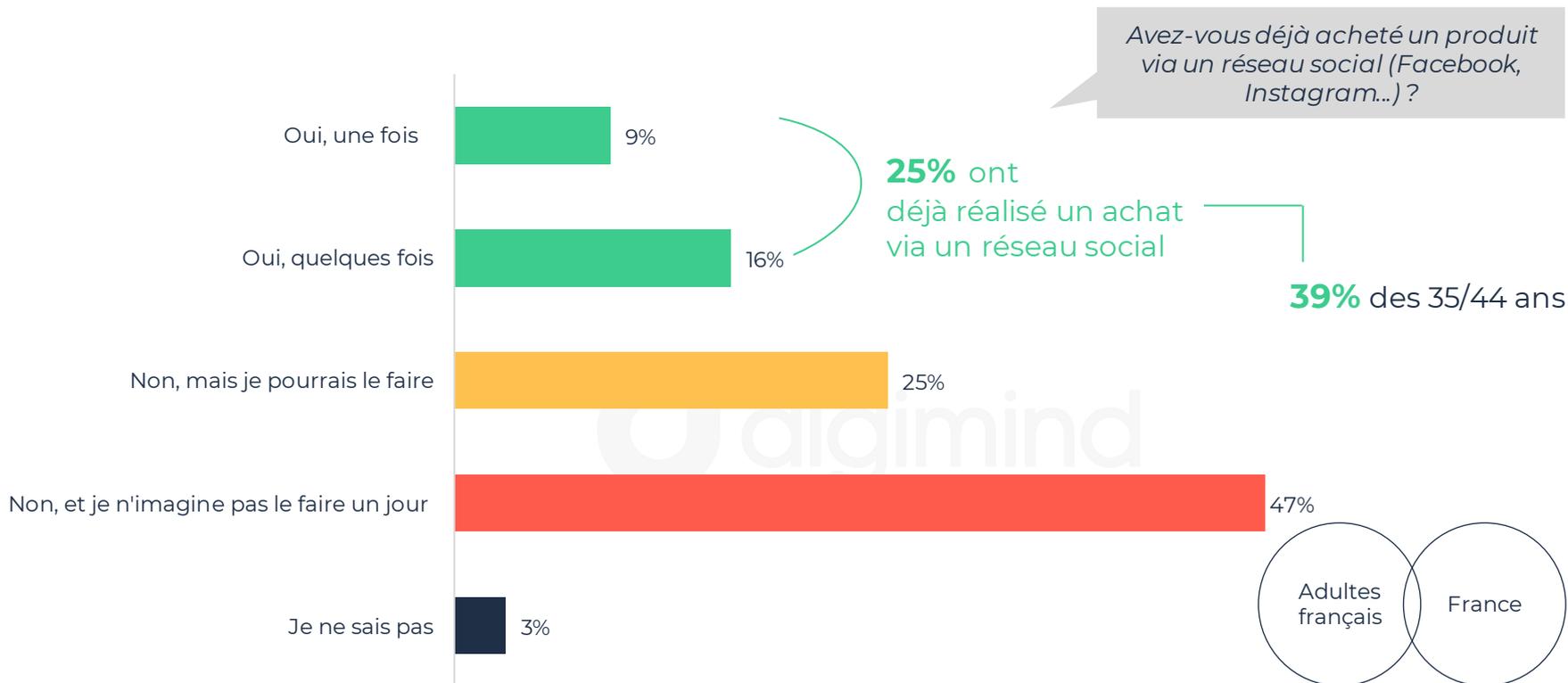
## 50 ans et plus



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



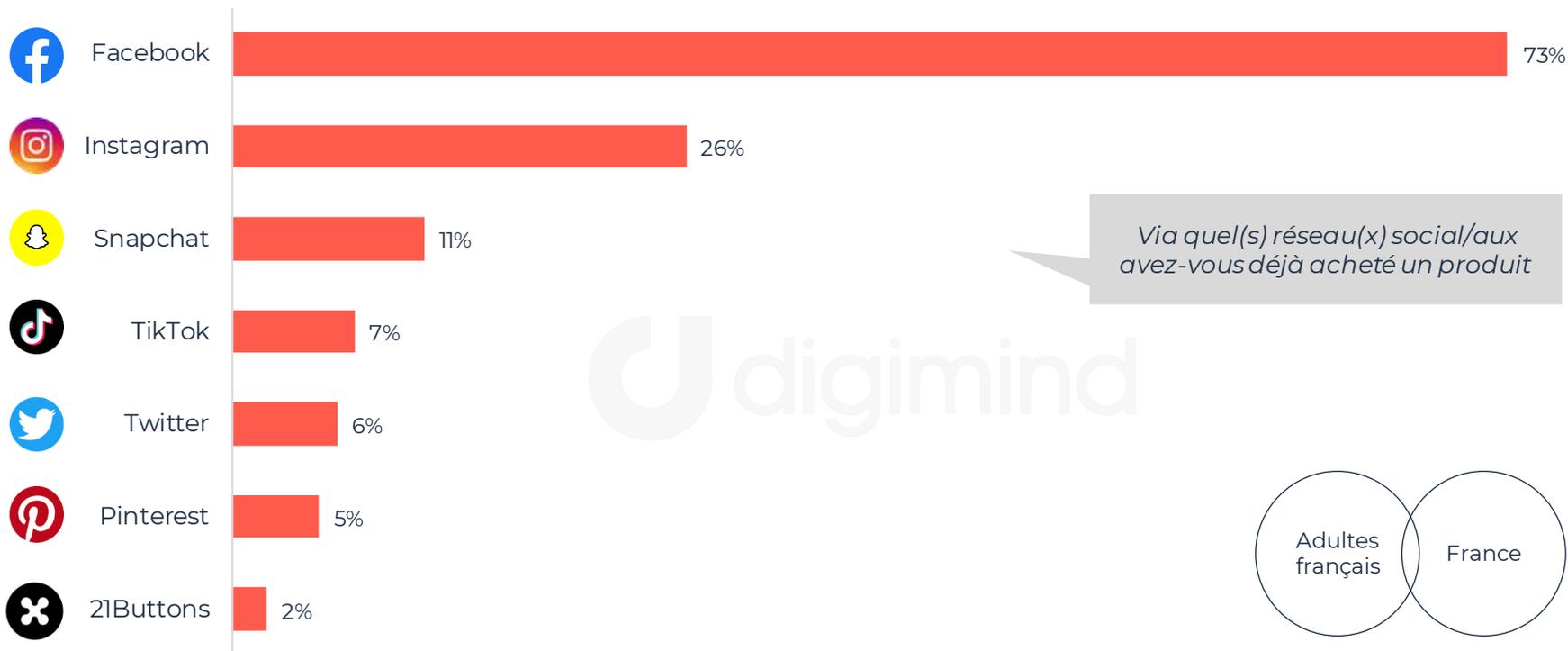
# Le Social Shopping en France en 2022 : 1 Français sur 4



Source : YouGov - Le Social Shopping en France



# Le Social Shopping en France en 2022 : Les réseaux sociaux



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



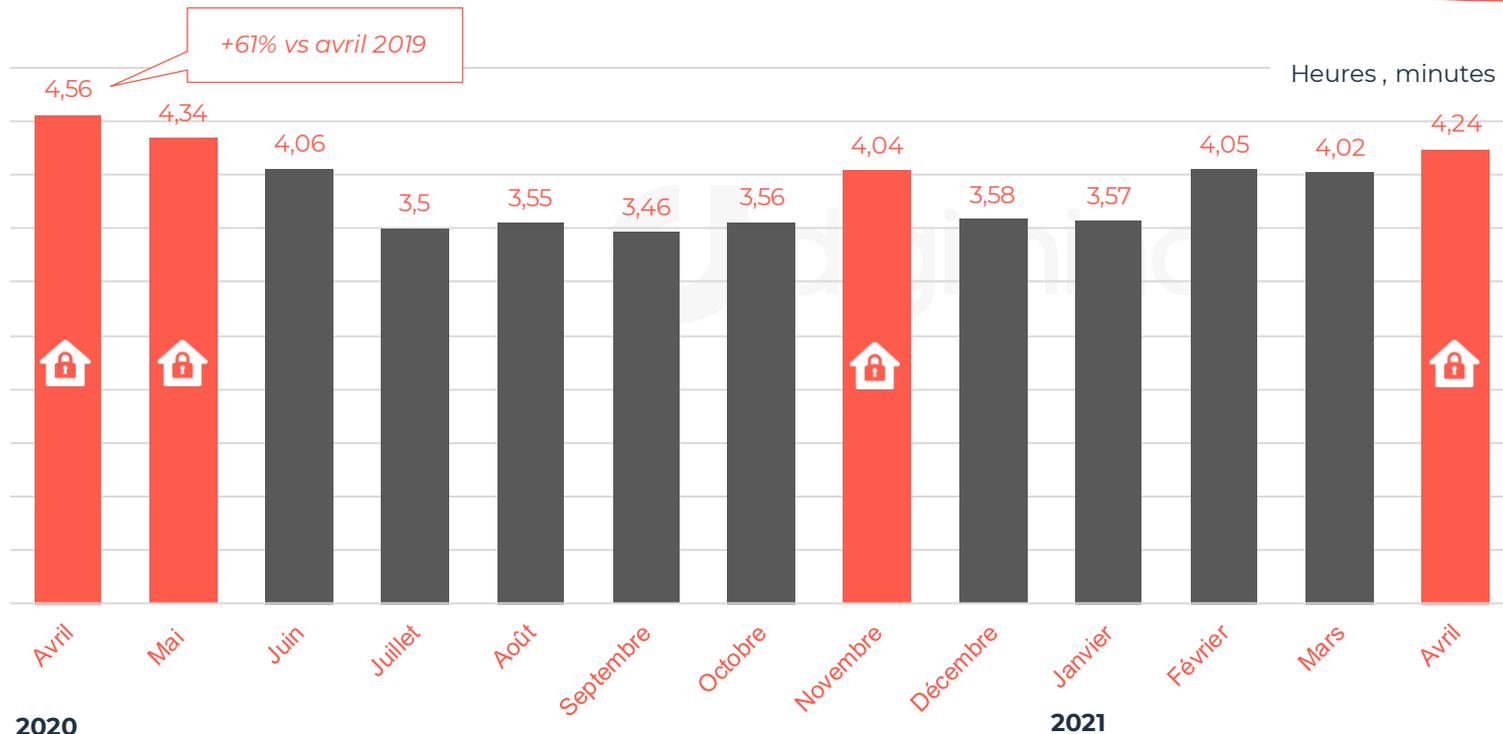


# Retour sur les Confinements 2020 2021

Un bouleversement  
des usages



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



2020

Confinements



2021

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**.

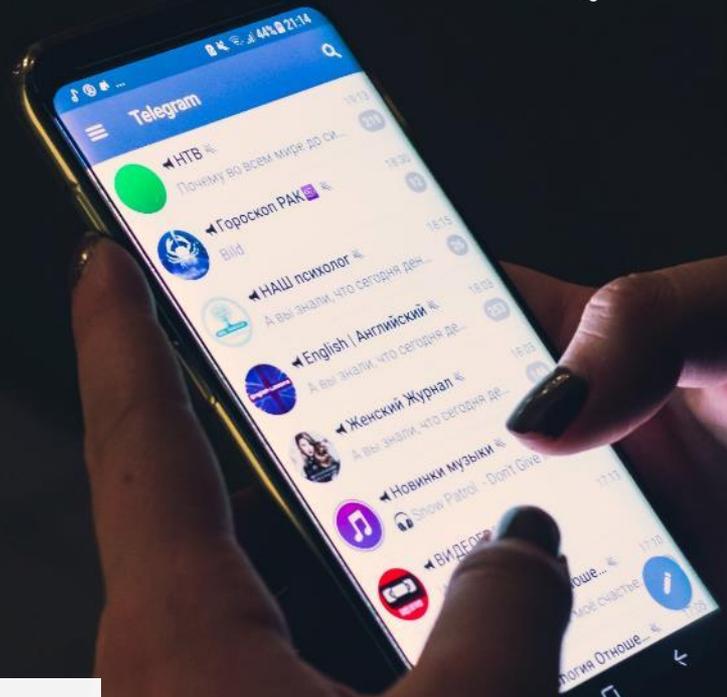
Source : Étude Harris Interactive internautes français âgés de 15 ans et plus. Social Life 2020 avec l'EBG



**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



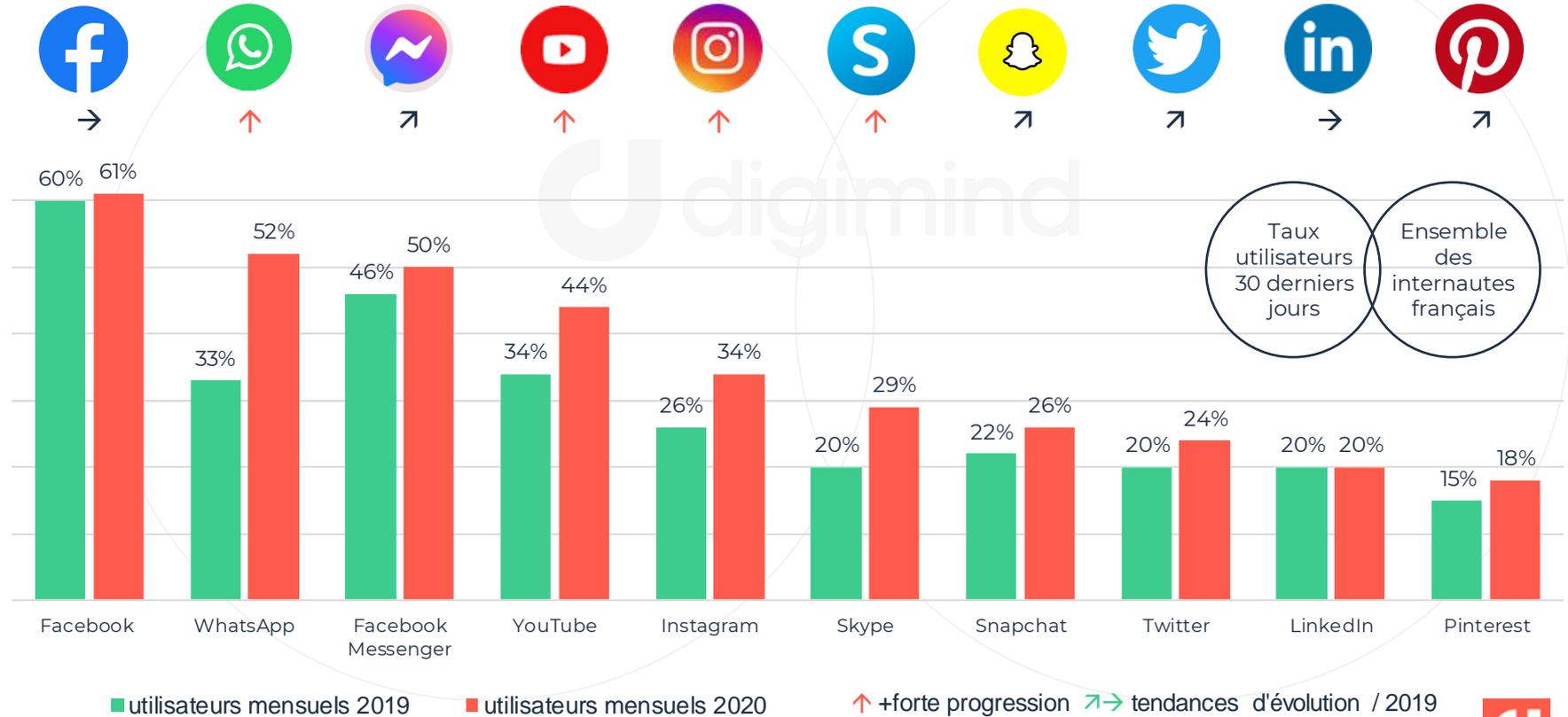
**Confinement :**

**+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



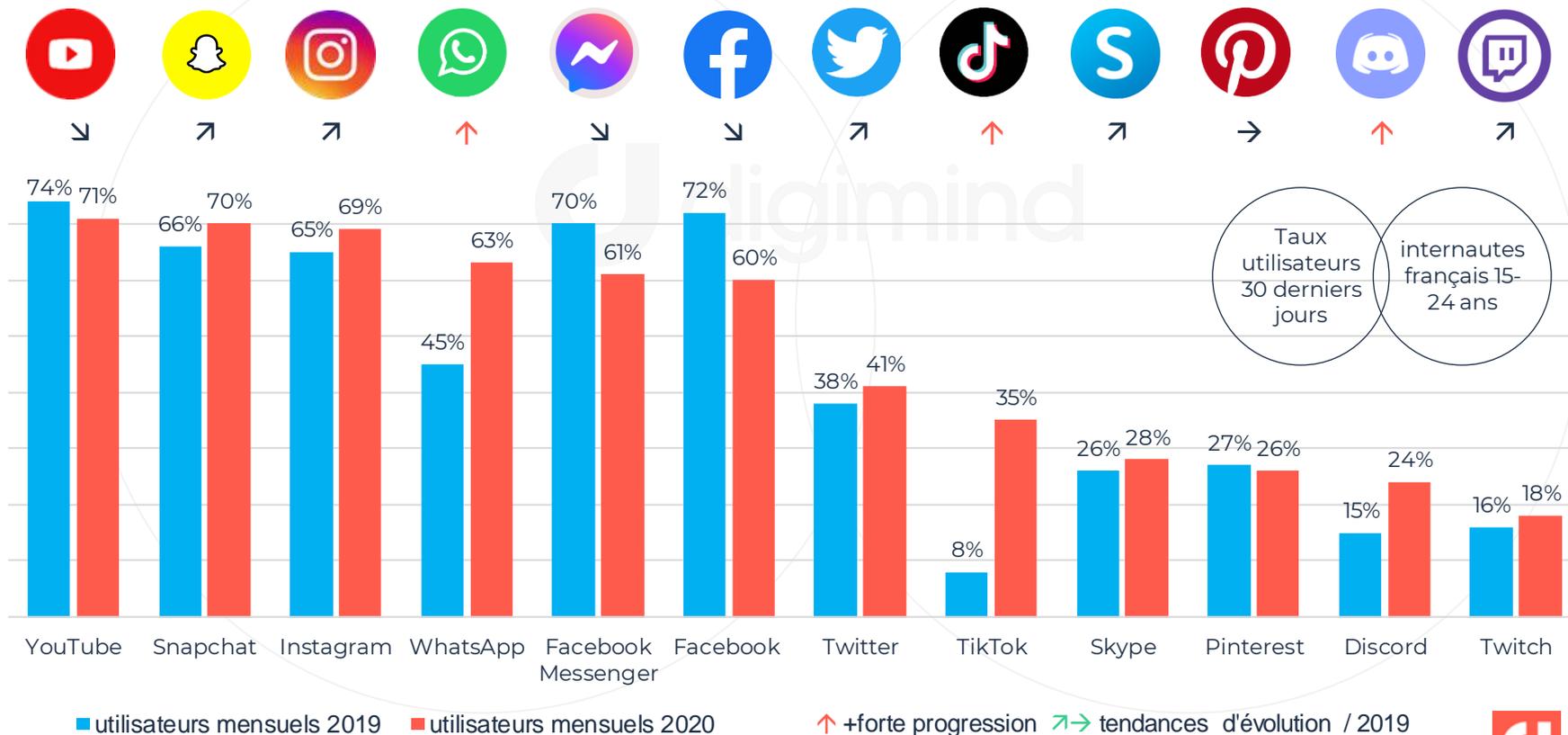
# Taux d'utilisation des médias sociaux par les internautes en France. Confinement



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  
 internautes 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.



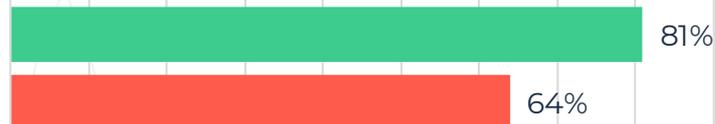
# Le rôle social des réseaux sociaux : 15-24 ans vs Ensemble des Français. Confinement



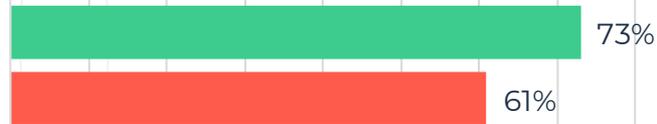
Les réseaux sociaux ont été utiles pour découvrir de nouvelles activités de loisirs (tutos de cuisine, de bricolage, de fabrication de masques...)



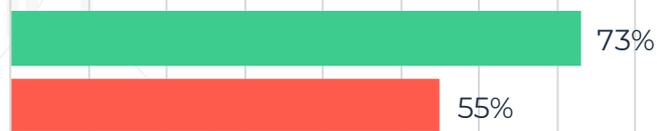
Sans les réseaux sociaux ou les applications de messagerie, je serai probablement beaucoup moins resté en contact avec certains de mes proches



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

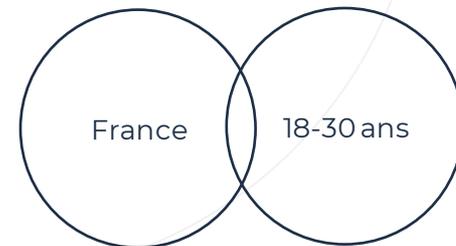


*Imagine que tu ne puisses plus te connecter qu'à un seul réseau social, jusqu'à la fin du confinement, tu choisirais...*

34%

25%

14%



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



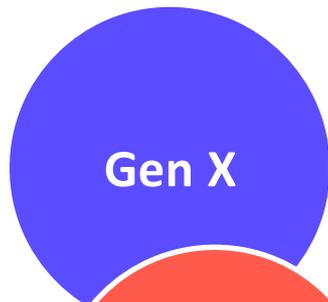


# Focus Gen Y, Gen Z

Enfants, Adolescents, Jeunes  
adultes  
et réseaux sociaux

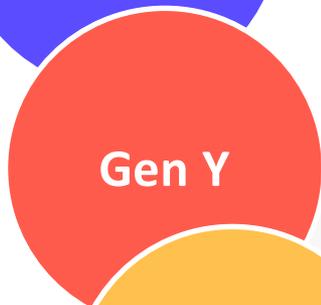


# Généralions



Gen X

nés entre 65 et 80



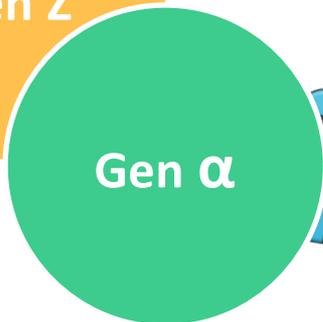
Gen Y

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



Gen Z

nés depuis la fin des années 90



Gen  $\alpha$

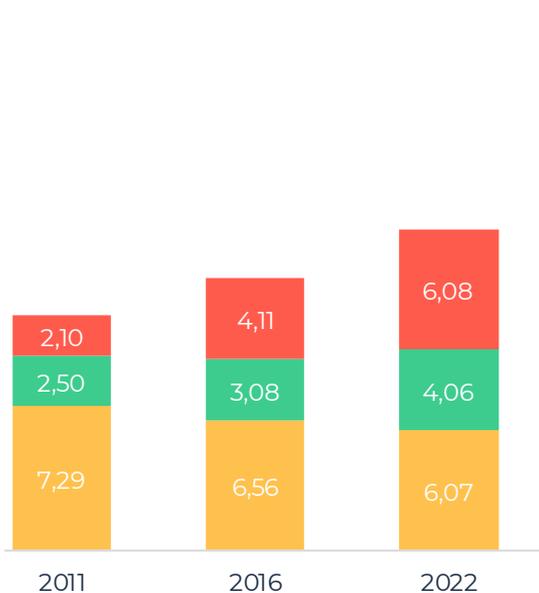
nés après 2010



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



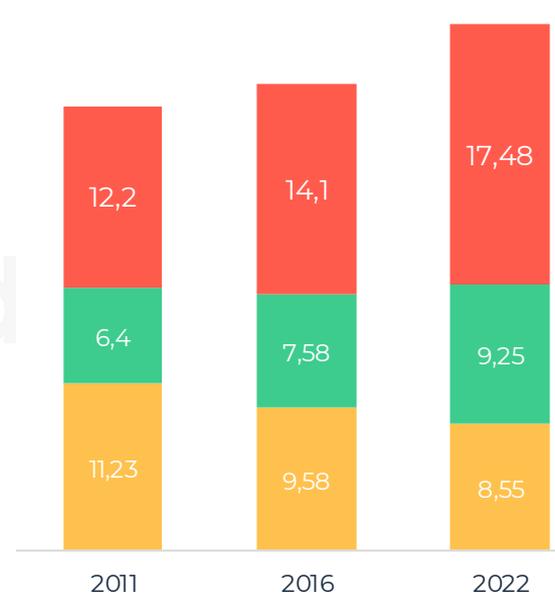
## 1-6 ans en heures, minutes



## 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

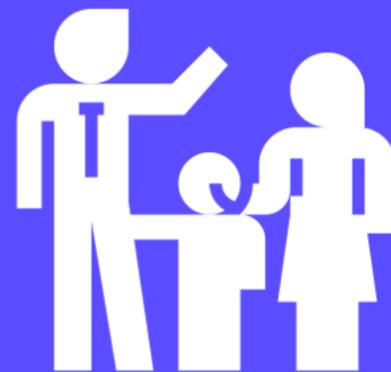
Selon leurs parents :



**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



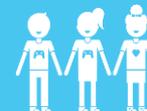
YouTube et YouTube Kids

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



**83%** -6 points disposent d'un smartphone à 12 ans

**77%** à 11 ans



**1H49** minutes par jour  
lors de leur dernier jour d'école

-14 minutes

**27%** -14 points des enfants estiment passer  
trop de temps sur leur téléphone





**55%** +3 points des enfants déclarent être géolocalisés

par leurs parents

via leurs smartphone





**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





# 71%

-16 points

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

contre **87%** en 2022

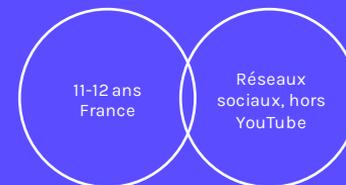
# 2,1

plateformes en  
moyenne

-0,8 points

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

Variation / 2022





**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

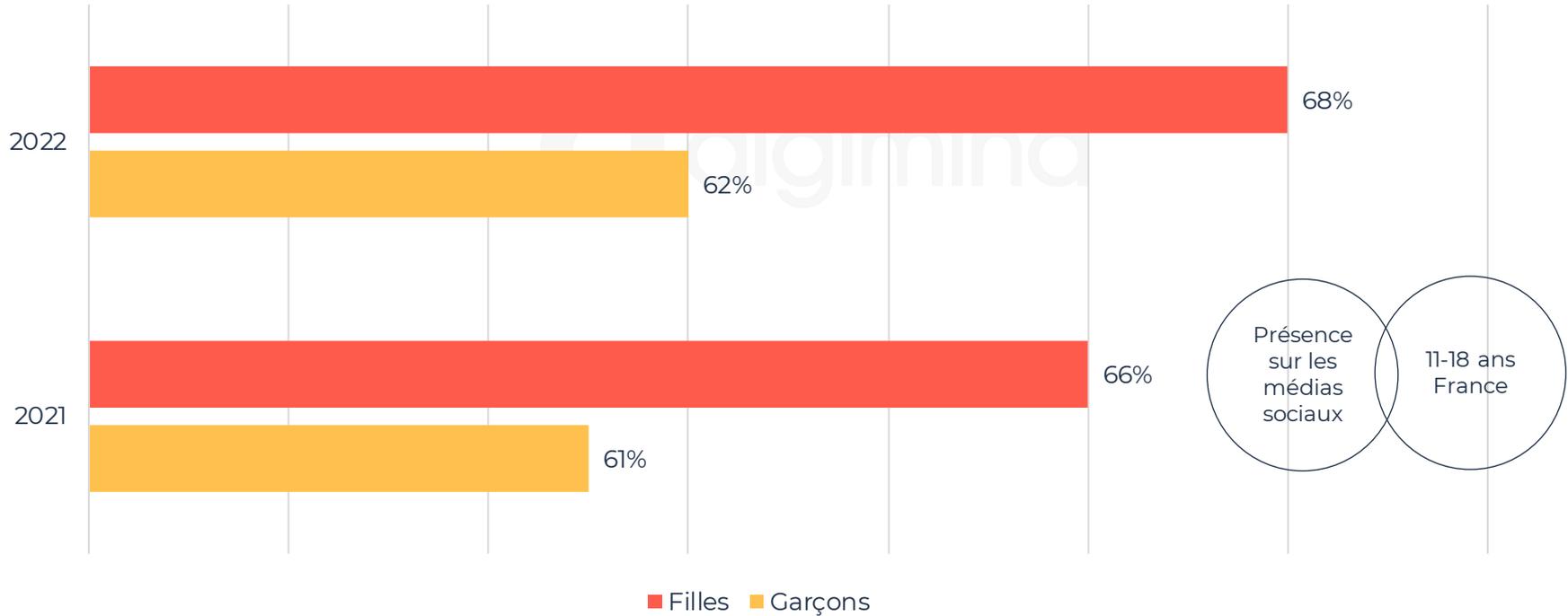
parents décident du moment + durée de connexion de leurs enfants

11-18 ans  
France

Usage des réseaux sociaux



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



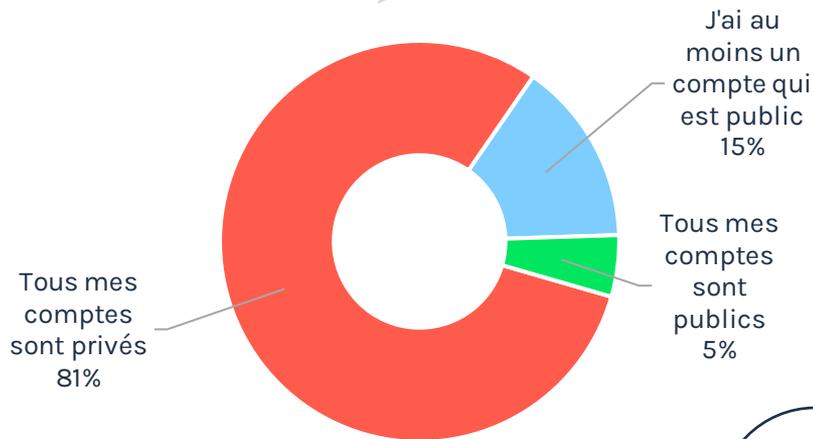
Source : Génération Numérique – Enquête 2021-2022- 17013 jeunes





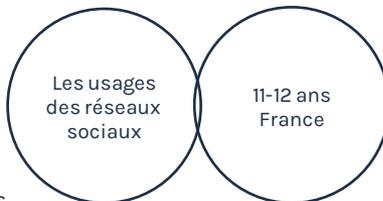
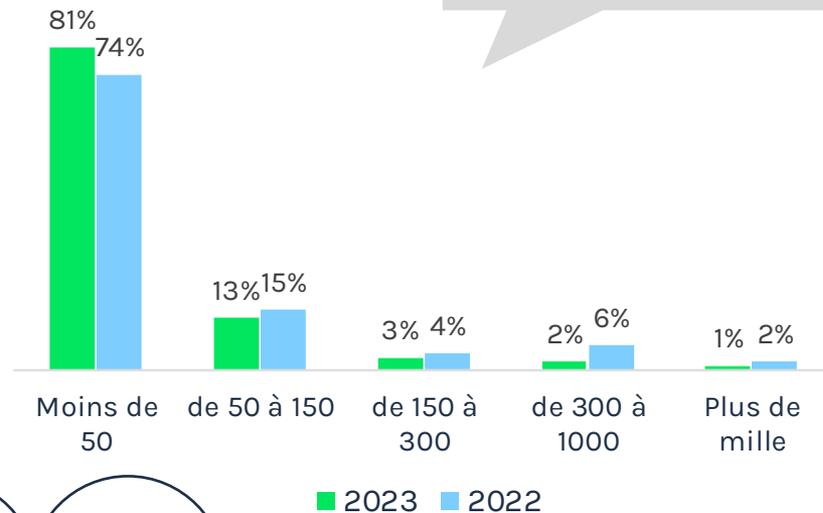
## Configuration des comptes sur les applications social media

Comment sont configurés tes comptes sur ces applications ?



## Cercles de contacts

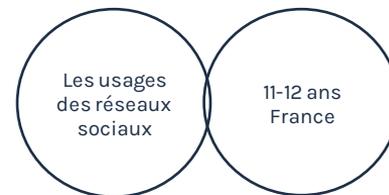
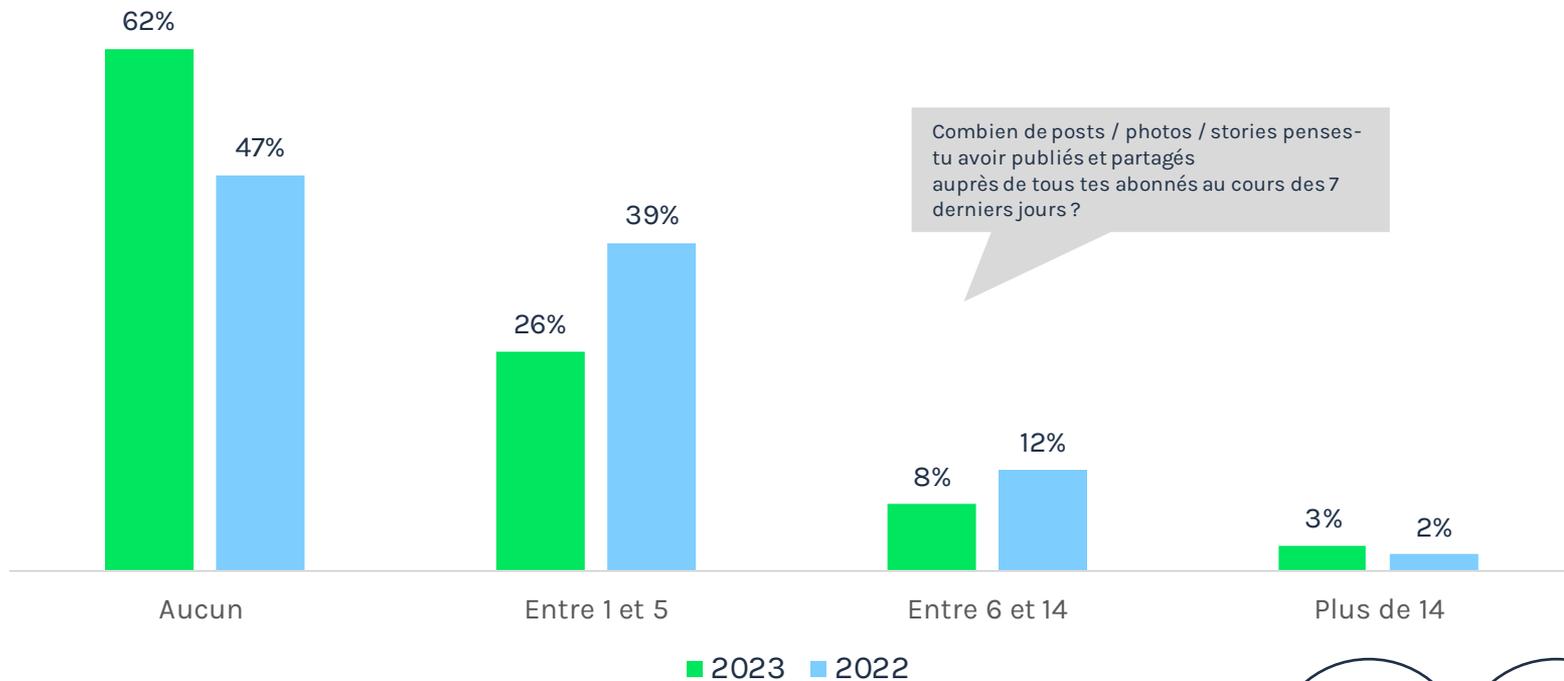
Combien d'amis ou d'abonnés as-tu sur ton application principale ?



Source : Agence Heaven #BornSocial 2023. Enfants de 11 et 12 ans



# Fréquence de publication chez les 11-12 ans



Source : Agence Heaven #BornSocial 2023. Enfants de 11 et 12 ans

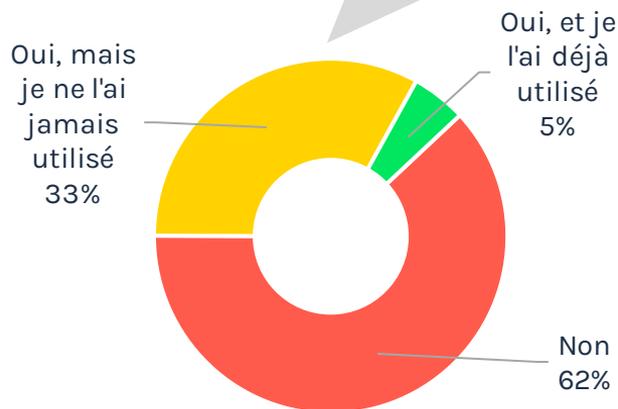
# Connaissance des IA ChatGPT et My AI (Snapchat) par les 11-12 ans



## Connaissance de ChatGPT par les 11-12 ans



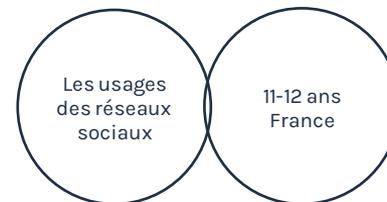
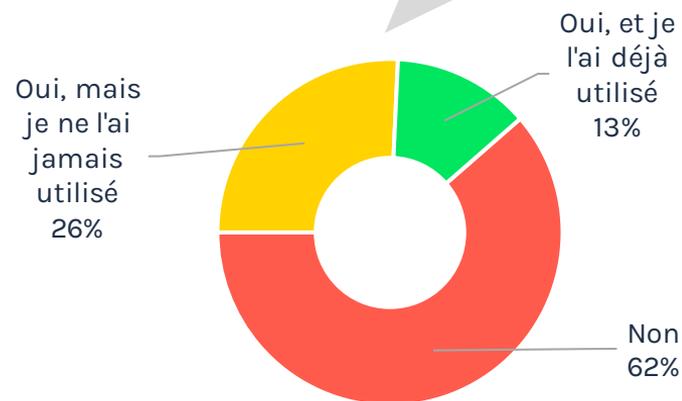
Est-ce que tu connais l'assistant ChatGPT ?



## Connaissance de MyAI (Snapchat) par les 11-12 ans

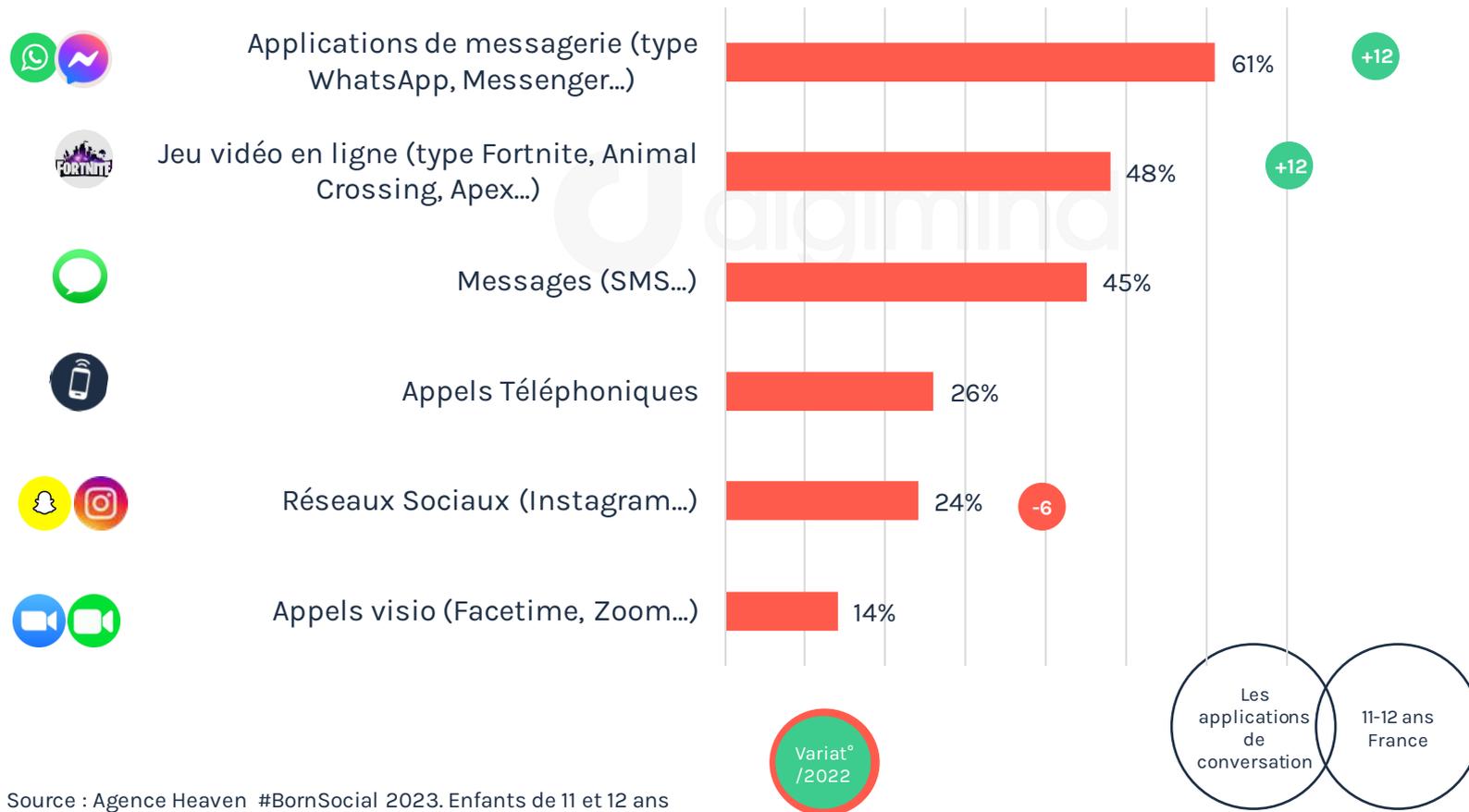


Est-ce que tu connais l'assistant My AI sur Snapchat ?



Source : Agence Heaven #BornSocial 2023. Enfants de 11 et 12 ans

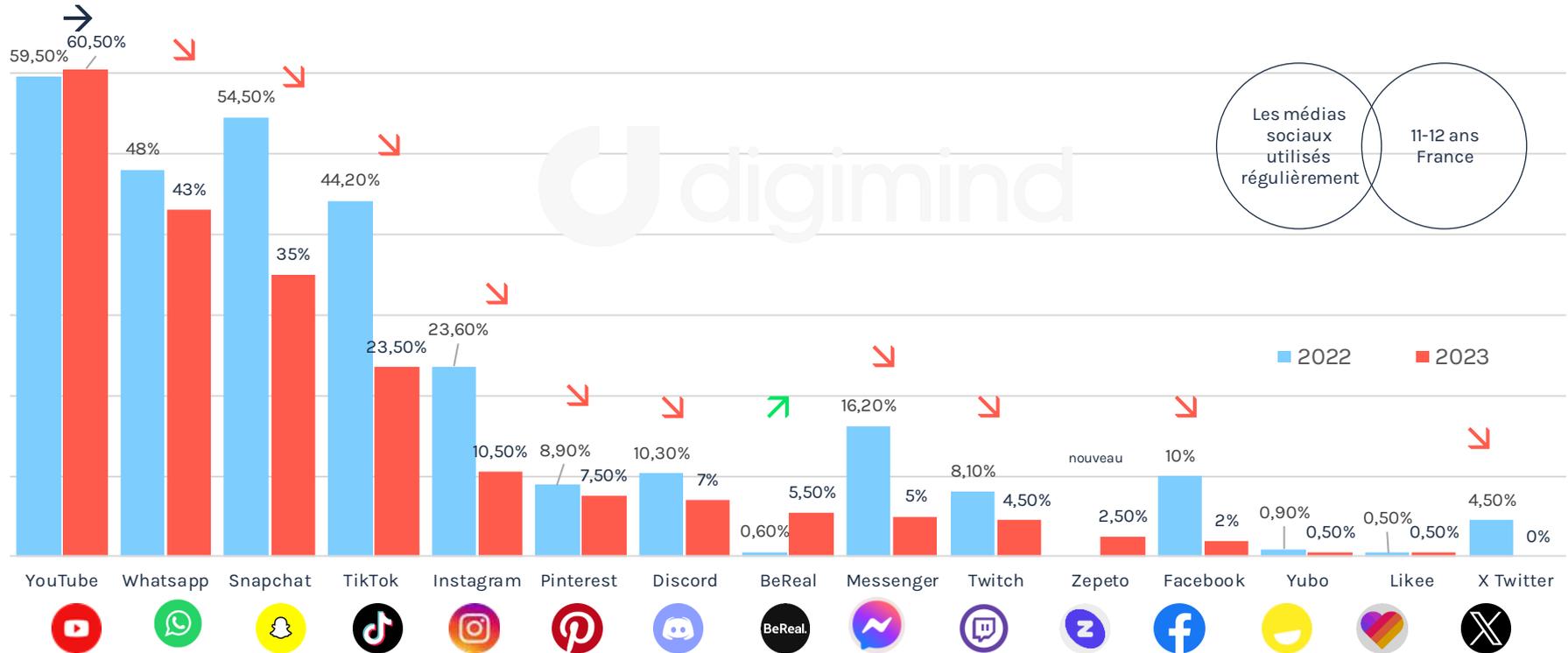
# Les applications utilisées par les 11-12 ans pour être en ligne avec ses amis en 2023



Source : Agence Heaven #BornSocial 2023. Enfants de 11 et 12 ans



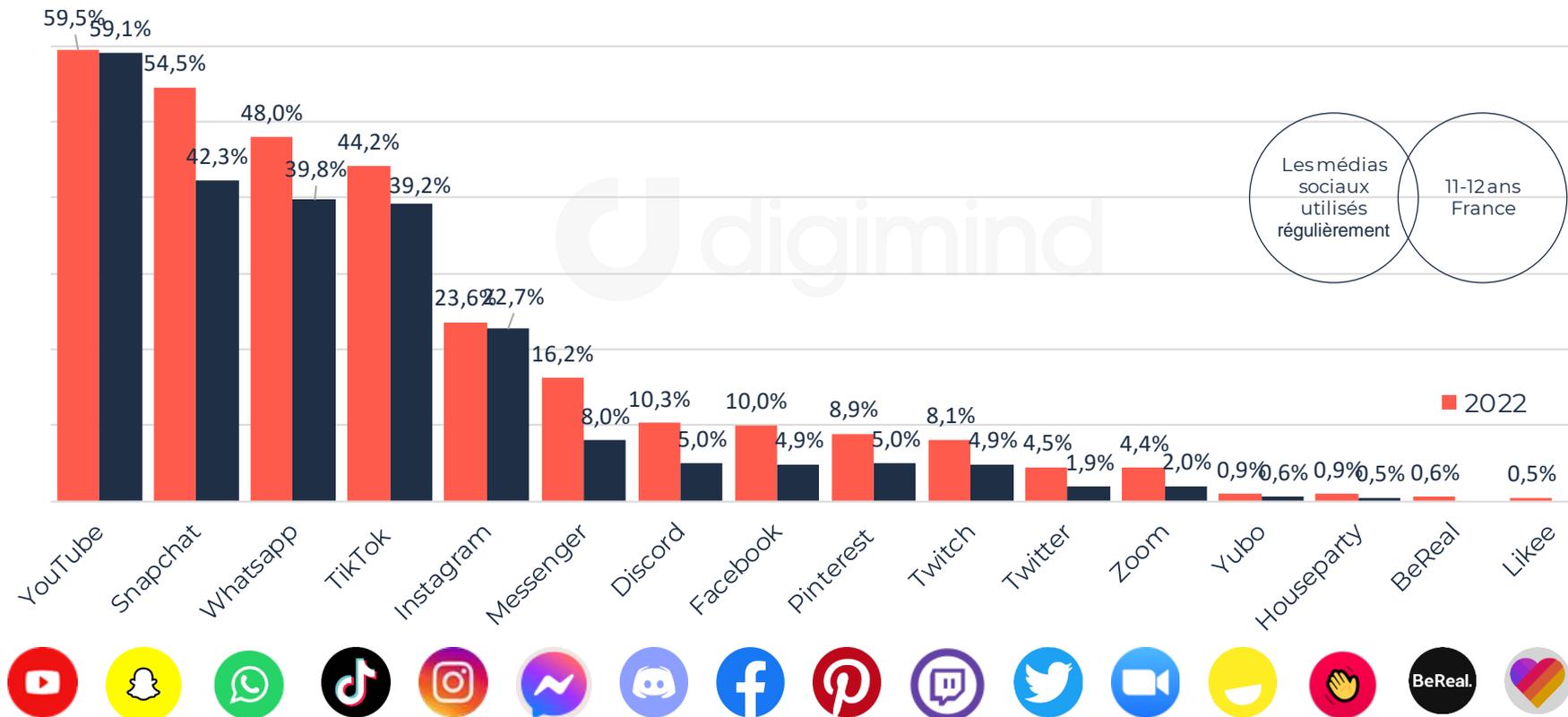
# Les plateformes sociales utilisées régulièrement par les 11-12 ans en 2023 et 2022



Source : #BornSocial 2022 2023 Agence Heaven x panel IDM Families. 200 enfants de 11-12 ans



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



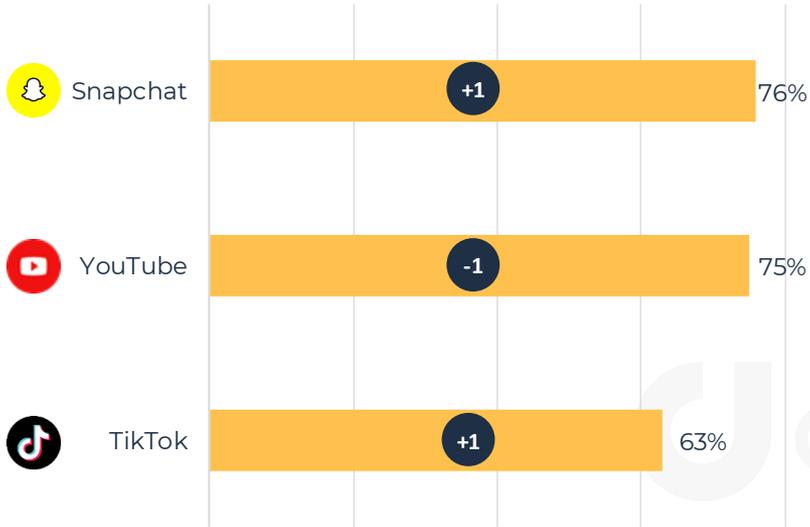
Source : #BornSocial 2022 2020 Agence Heaven x panel IDM Families. 200 enfants de 11-12 ans



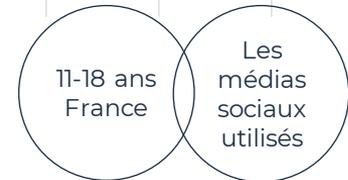
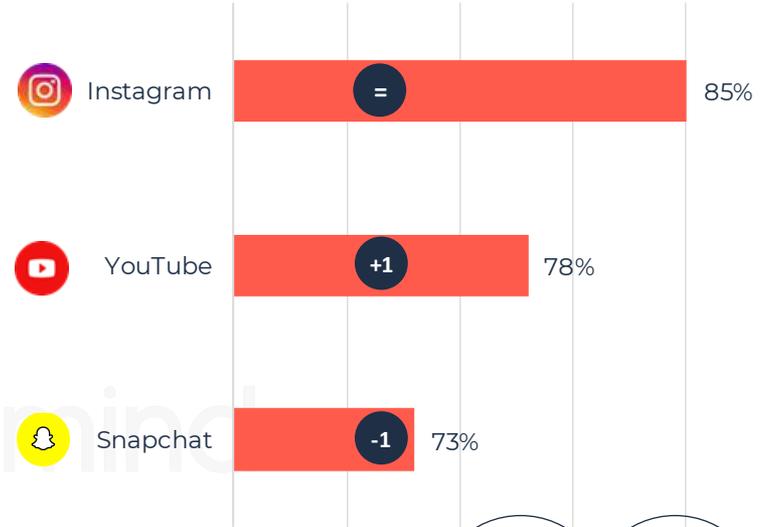
# Les plateformes sociales préférées des 11-18 ans 2021



## 11-14 ans



## 15-18 ans

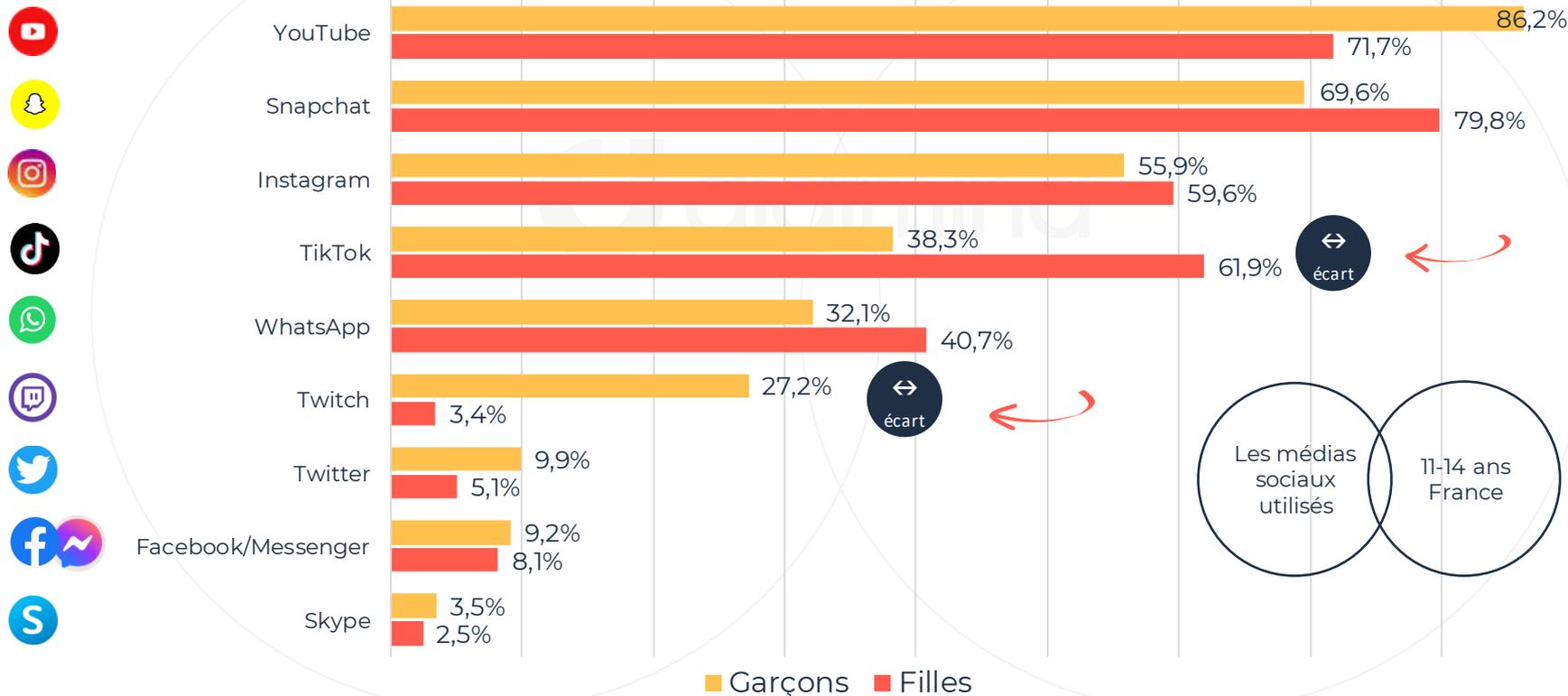


Source : Génération Numérique – Enquête 2021-2022- 17013 jeunes

+ - Evolutions 2022 / 2021 en position



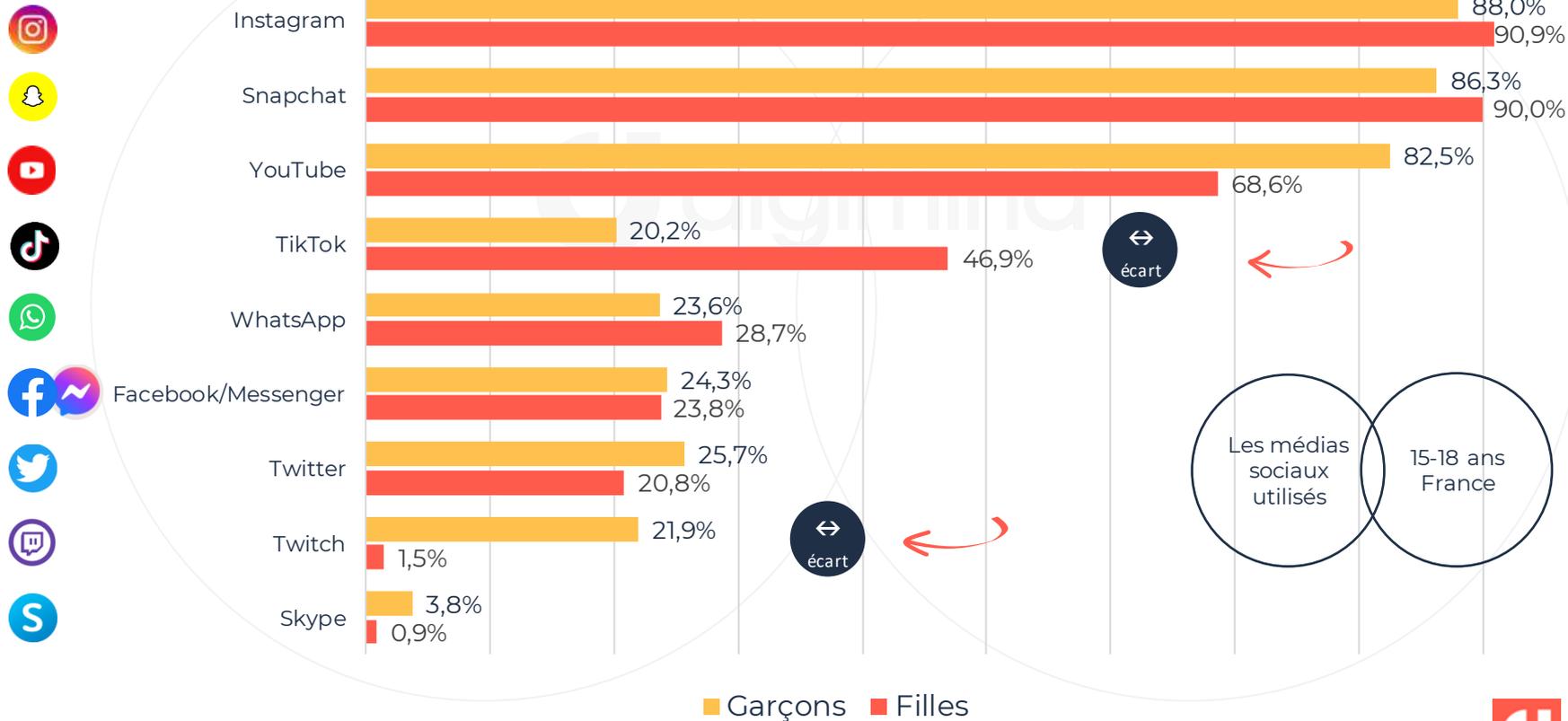
# Les plateformes sociales utilisées par les 11-14 ans. Garçons et Filles



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



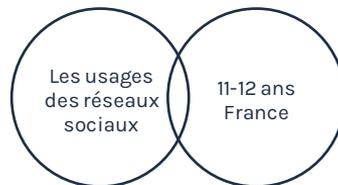
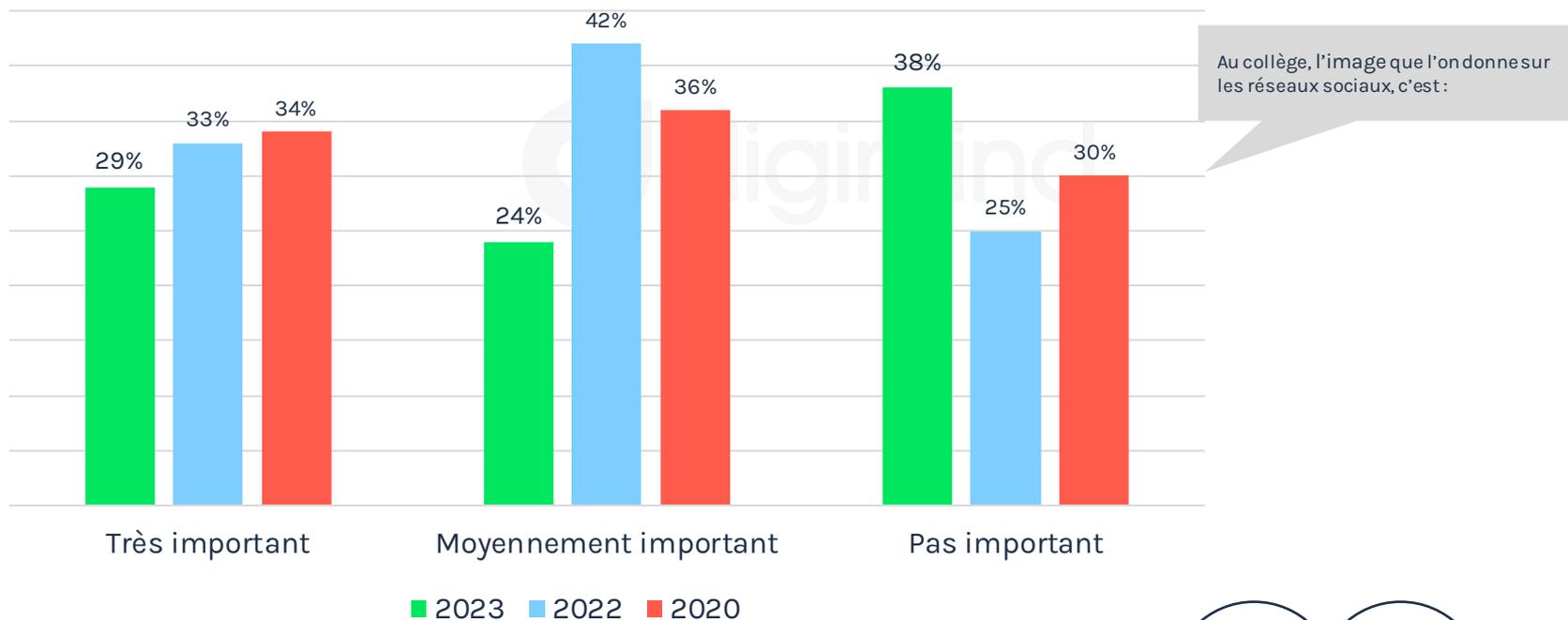
# Les plateformes sociales utilisées par les 15-18 ans. Garçons et Filles



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

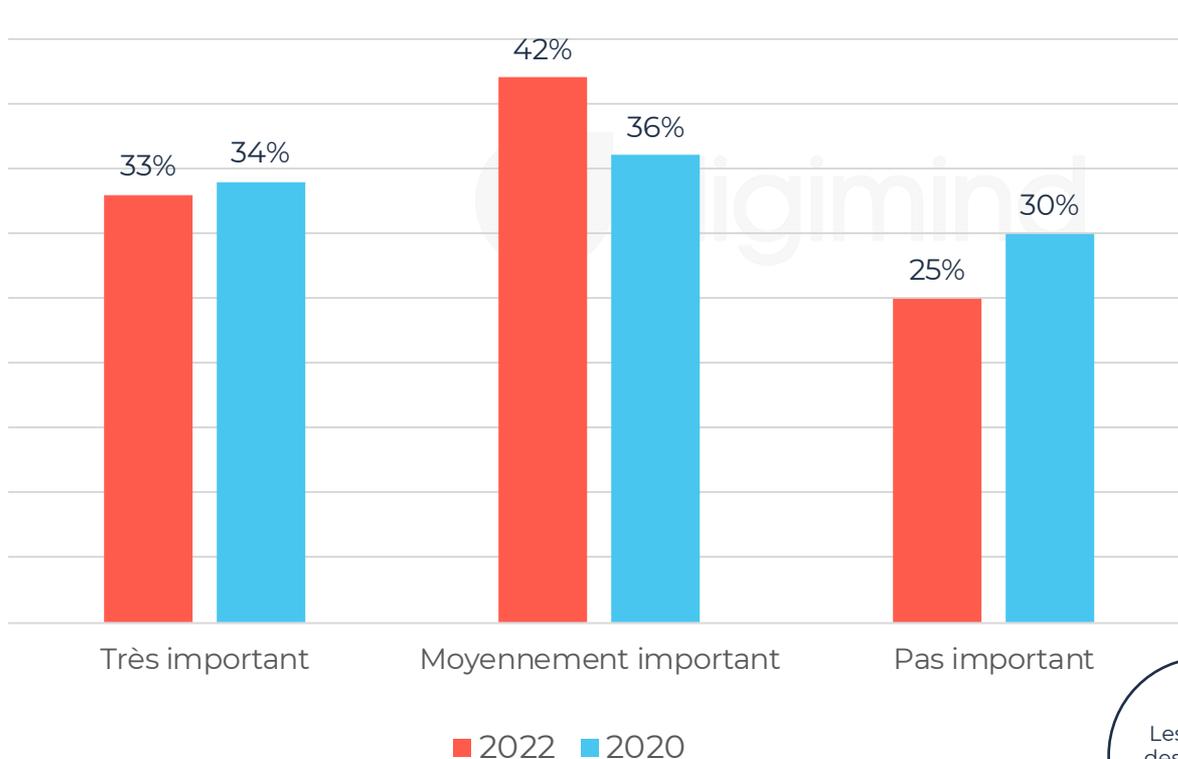


# La réputation personnelle véhiculée sur les réseaux sociaux en 2022 vs 2020

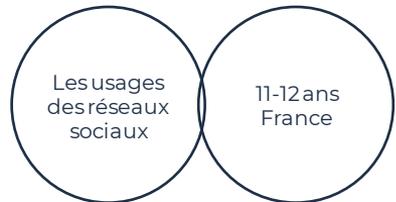


Source : Agence Heaven #BornSocial 2023, 2022, 2020. Enfants de 11 et 12 ans

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

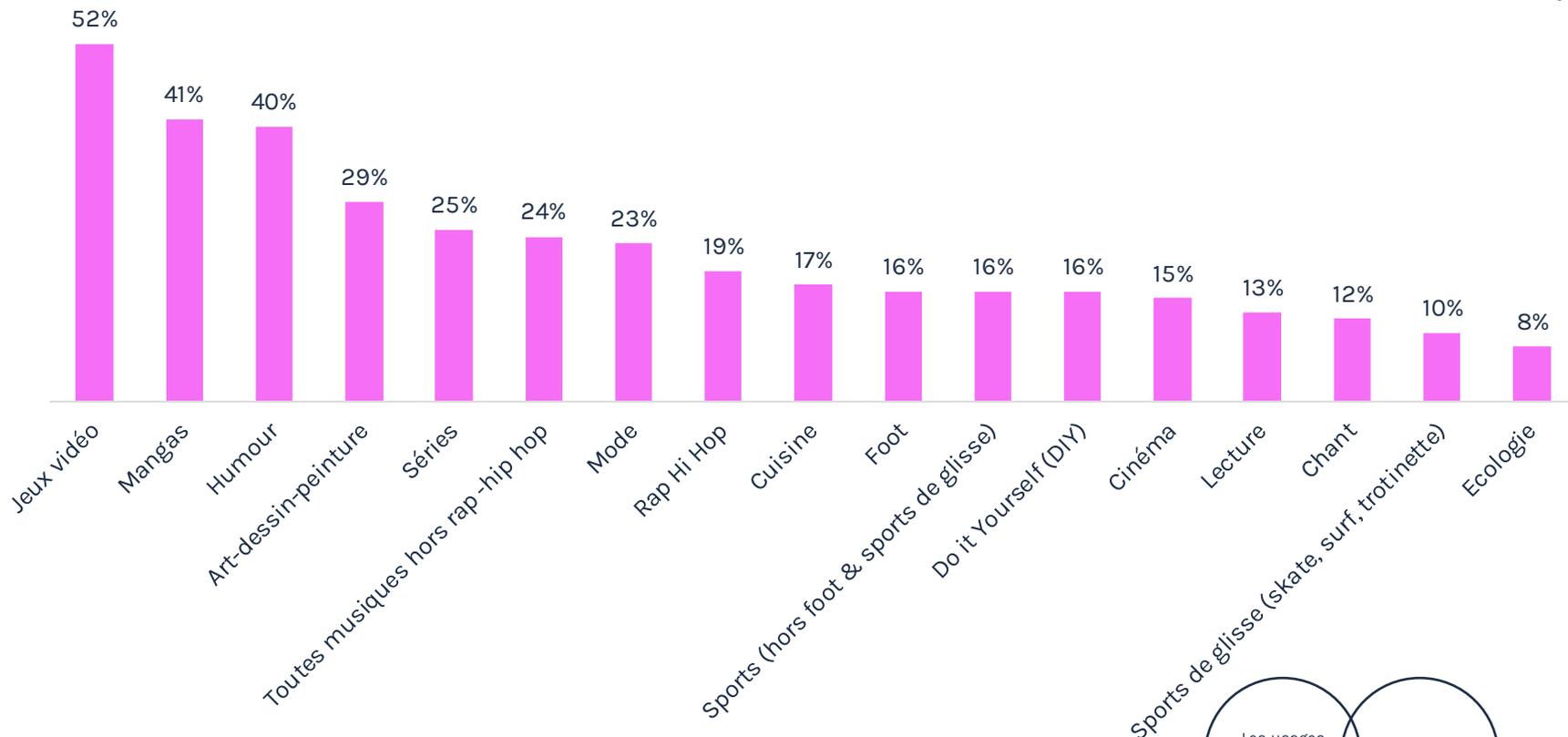


Au collège, l'image que l'on donne sur les réseaux sociaux, c'est :

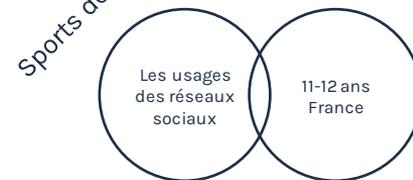


Source : Agence Heaven #BornSocial 2022.2020 . Enfants de 11 et 12 ans

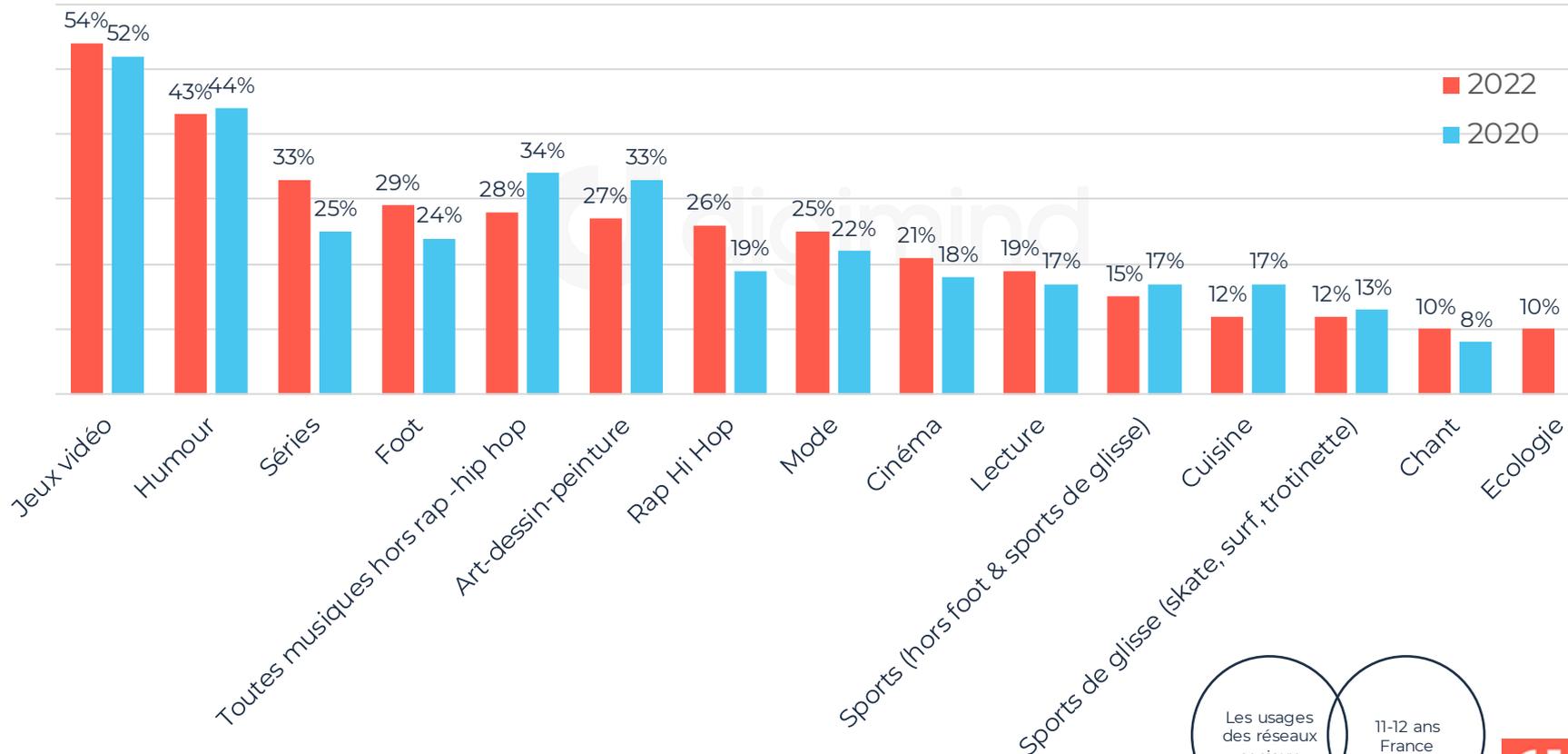
# Les centres d'intérêts des 11-12 ans sur les réseaux sociaux en 2023



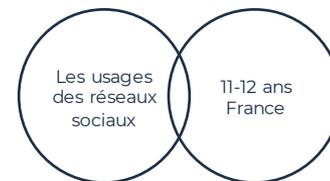
Source : Agence Heaven #BornSocial 2023. Enfants de 11 et 12 ans



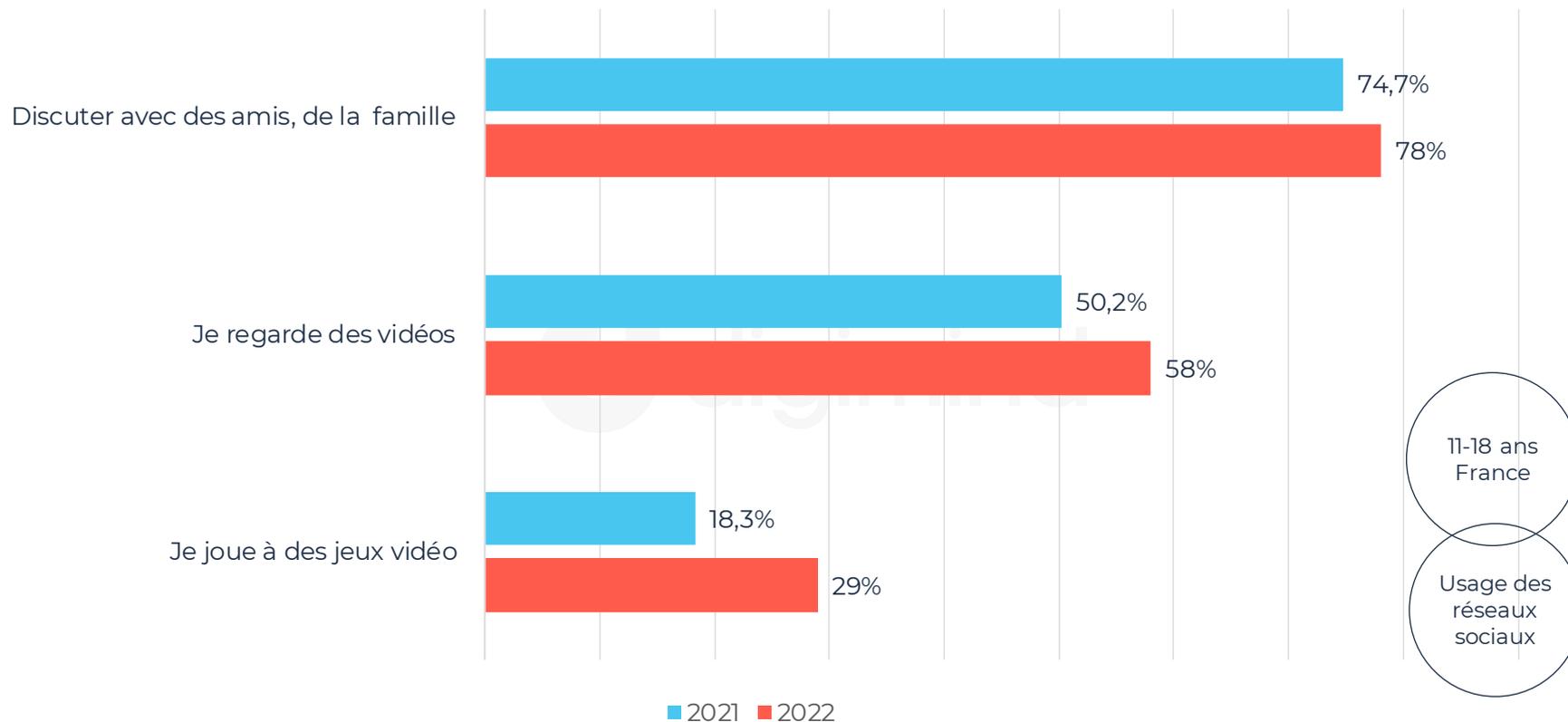
# Les centres d'intérêts des 11-12 ans sur les réseaux sociaux en 2022 vs 2020



Source : Agence Heaven #BornSocial 2022.2020 . Enfants de 11 et 12 ans



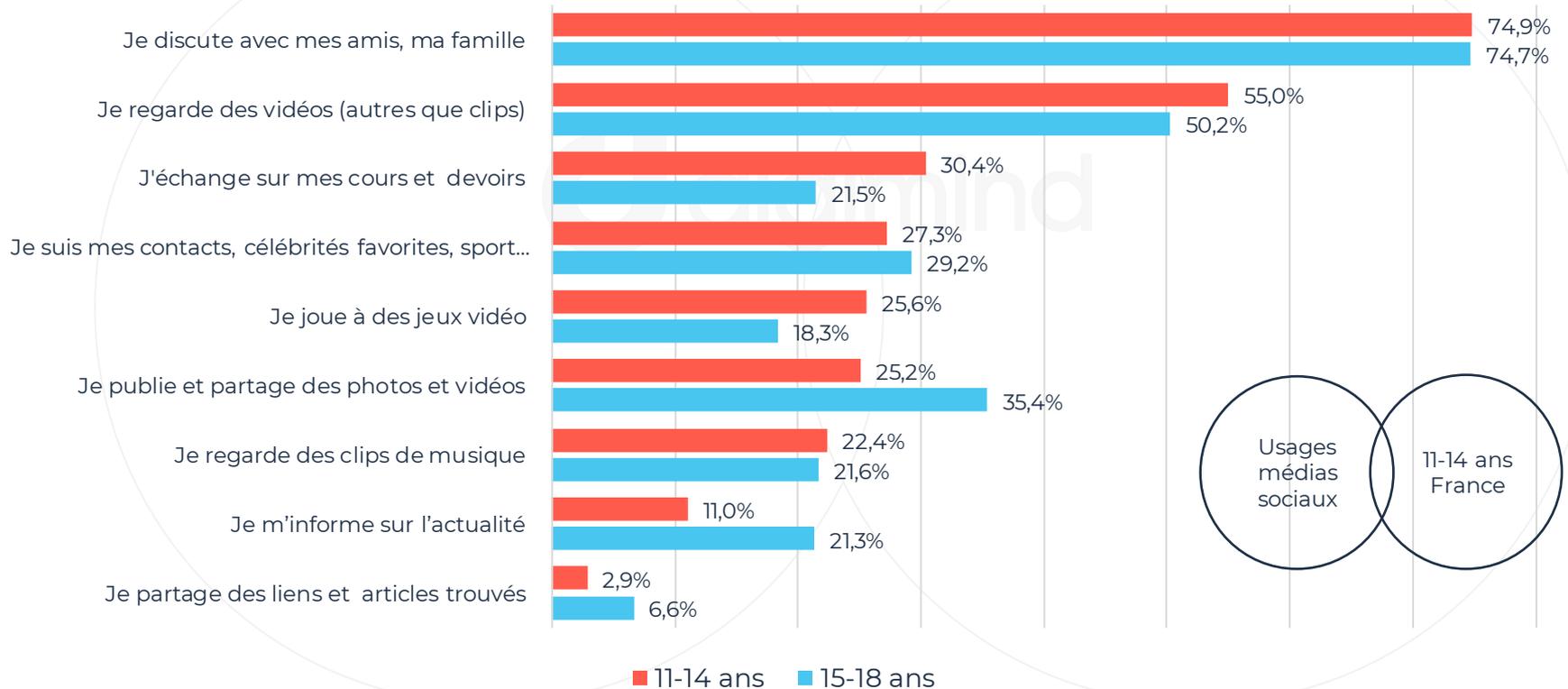
# Top 3 des usages des réseaux sociaux par les 11-18 ans. 2022



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



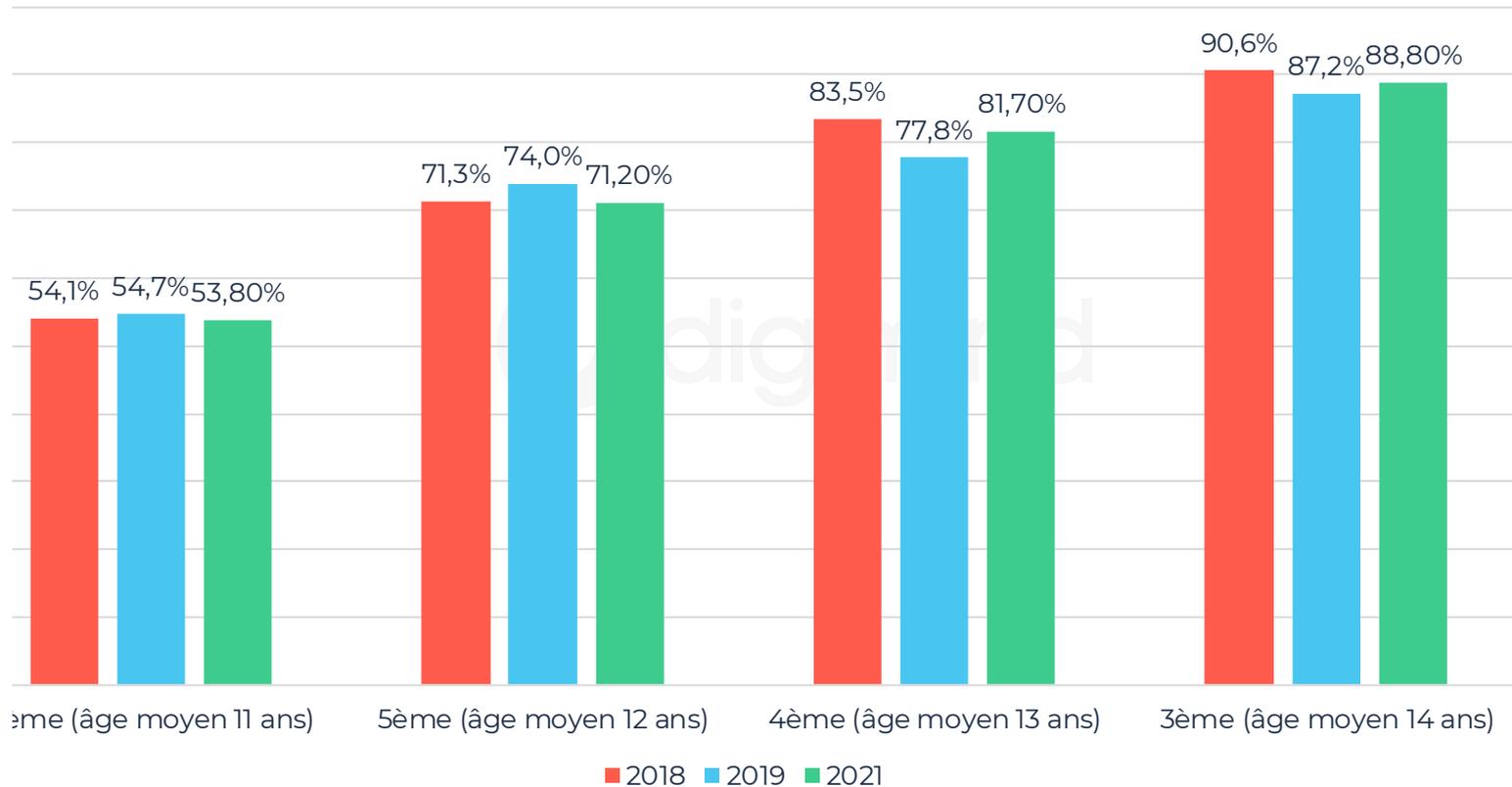
# Les usages des réseaux sociaux par les 11-18 ans. 2021



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



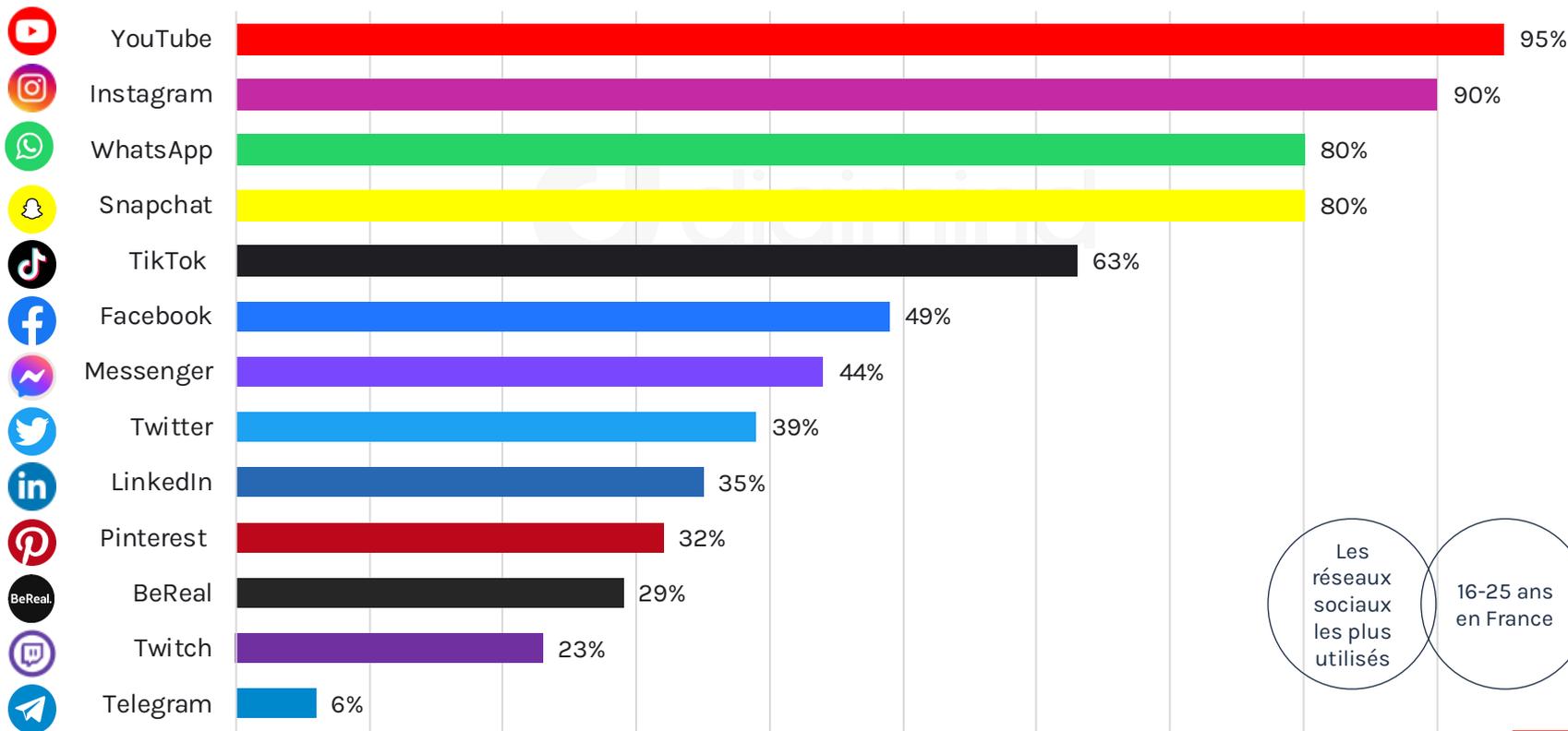


Gen Z

# Adolescents et Jeunes Adultes



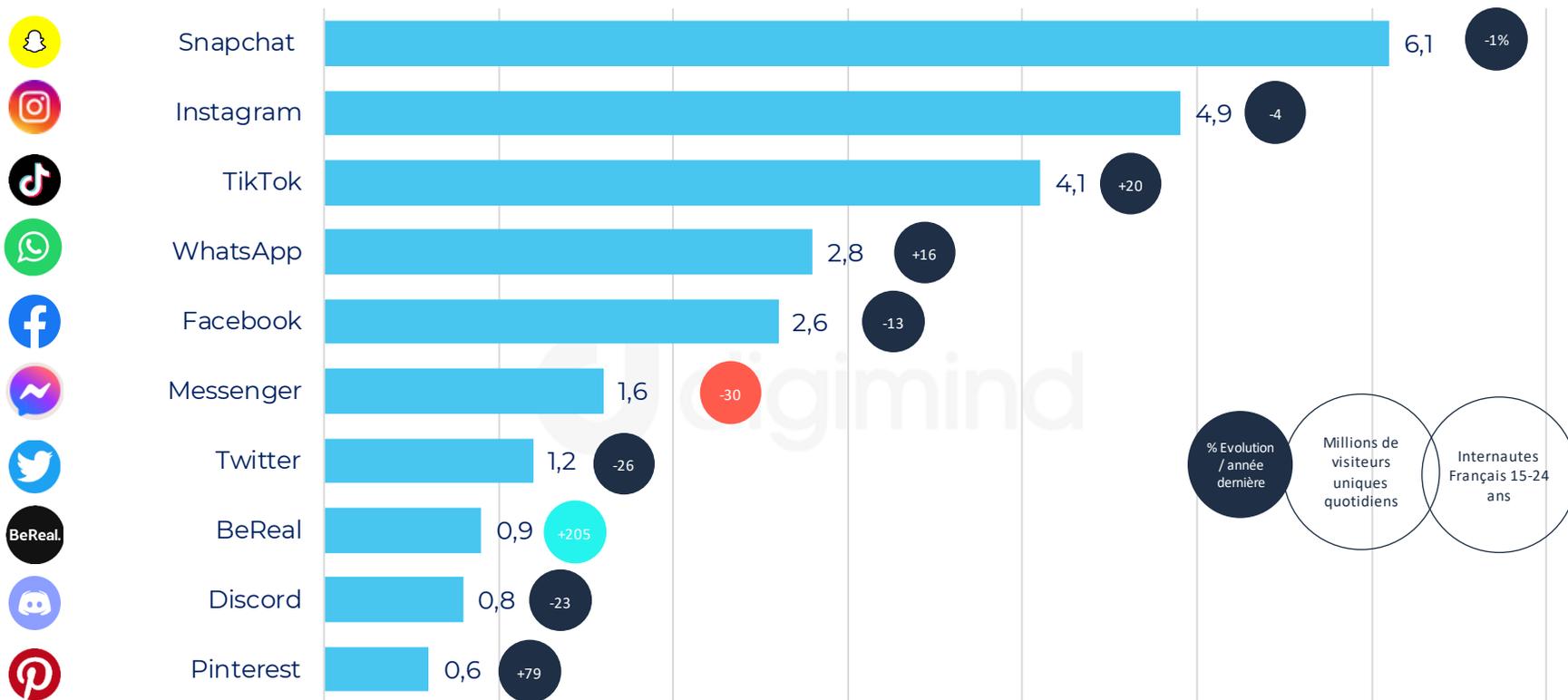
# Les médias sociaux et messageries les plus utilisés par les 16-25 ans en France. 2023



Source : Etude Diplomeo 2023 (2312 jeunes âgés de 16 à 25 ans).



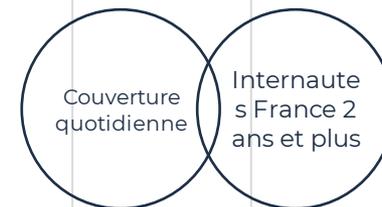
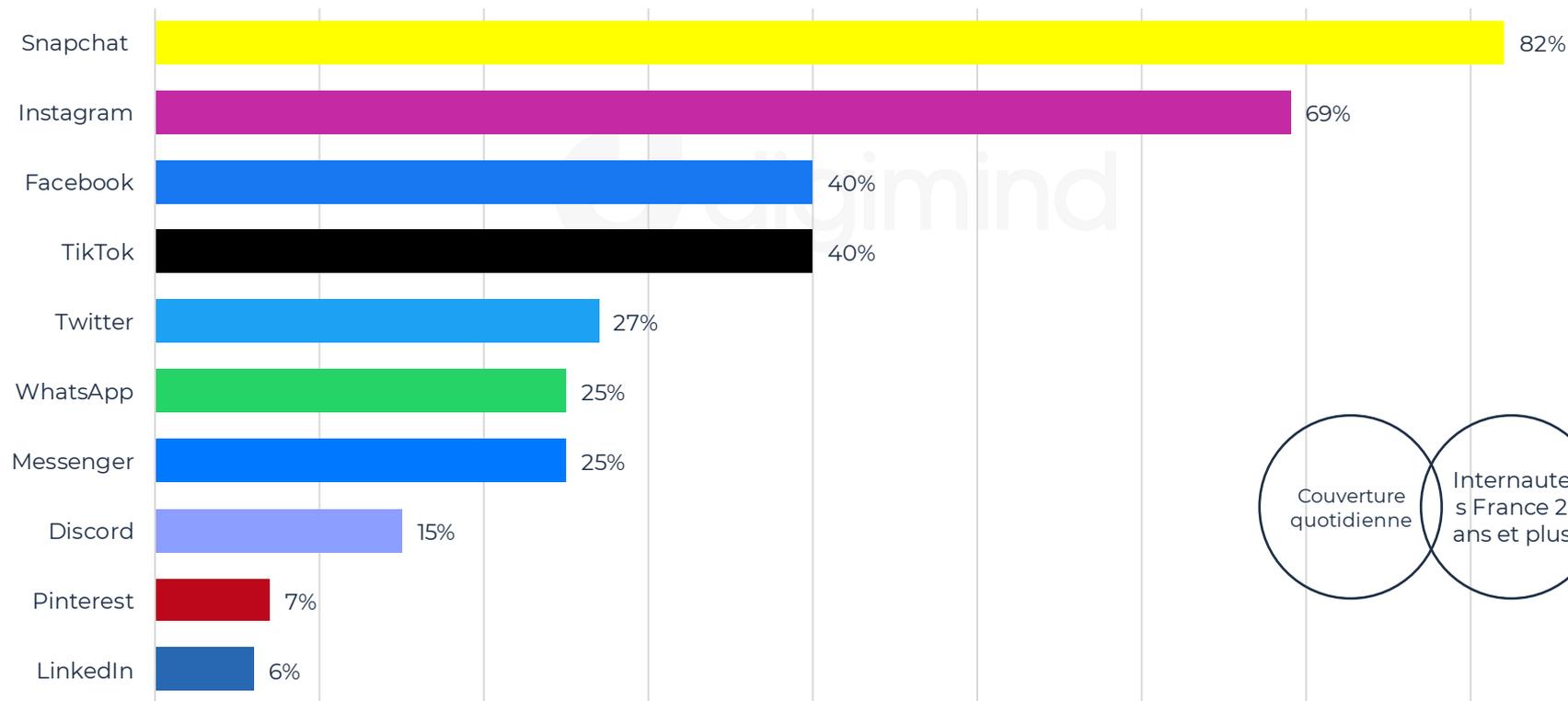
# Réseaux sociaux et messageries les plus visités chaque jour en France. Par les 15-24 ans. Ensemble Année 2022



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



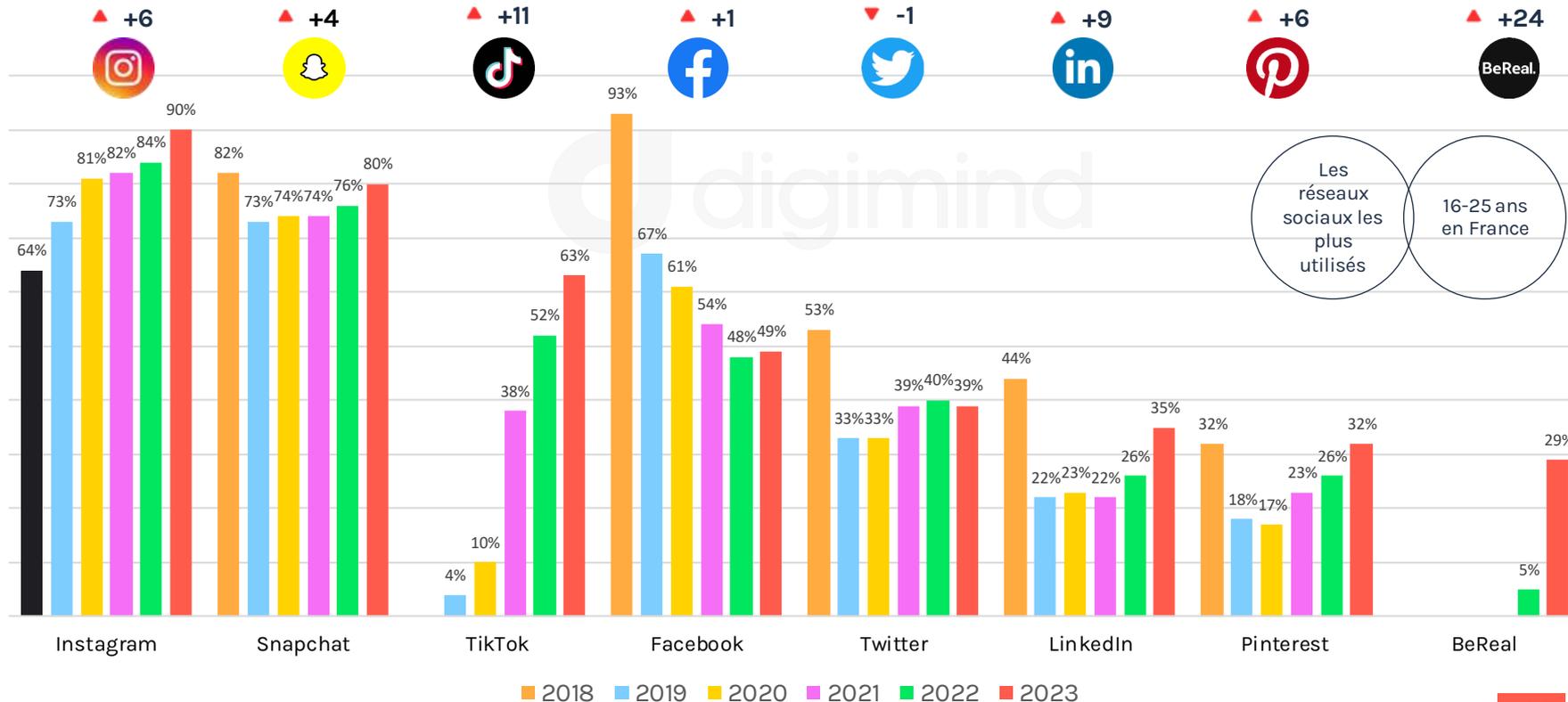
# Top 10 des réseaux et messageries chez les 15-24 ans. Présence chaque jour. 2020



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



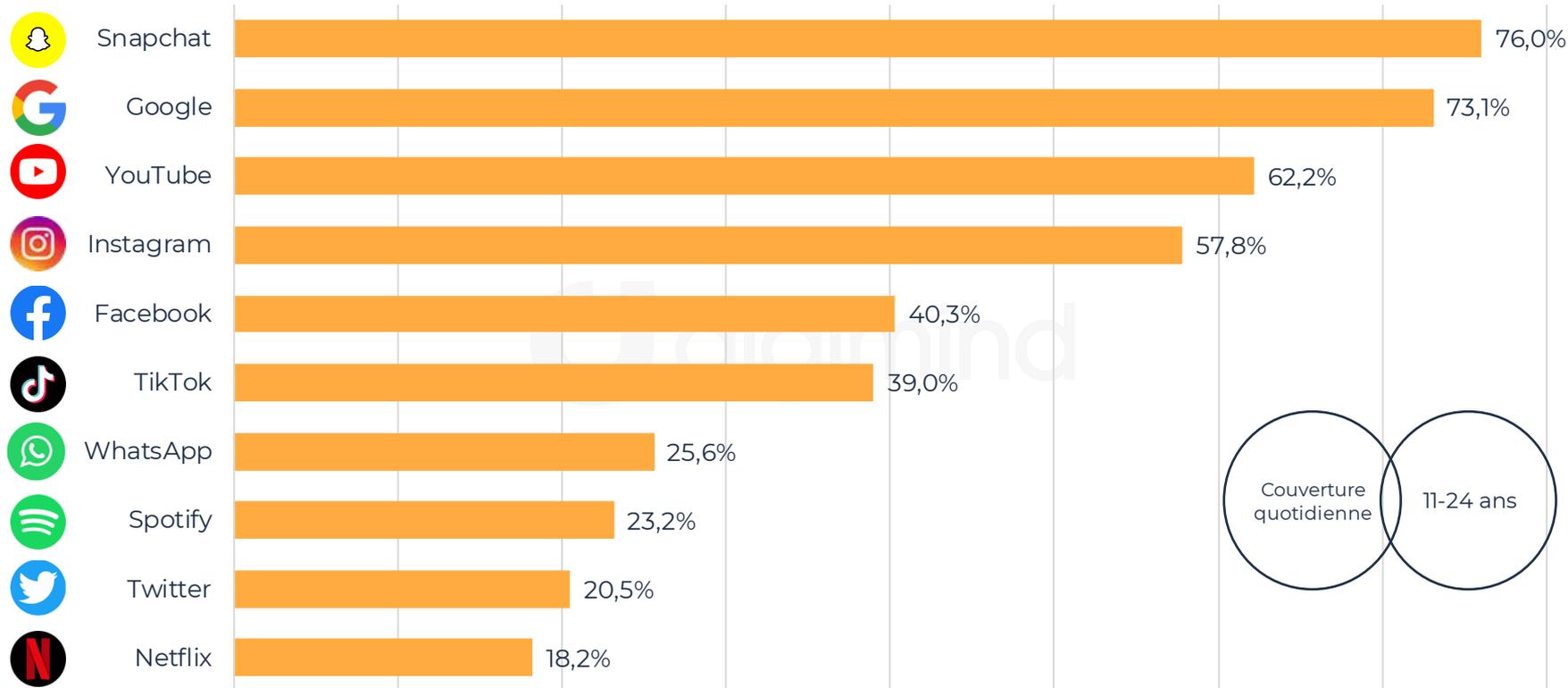
# Les réseaux sociaux les plus utilisés par les 16-25 ans en France – Evolution 2018-2023



Source : Etude Diplomeo 2018-2019-2020-2021-2022-2023 (2312 jeunes âgés de 16 à 25 ans pour 2023). ▲ ▼ Evolutions 2023 / 2022.



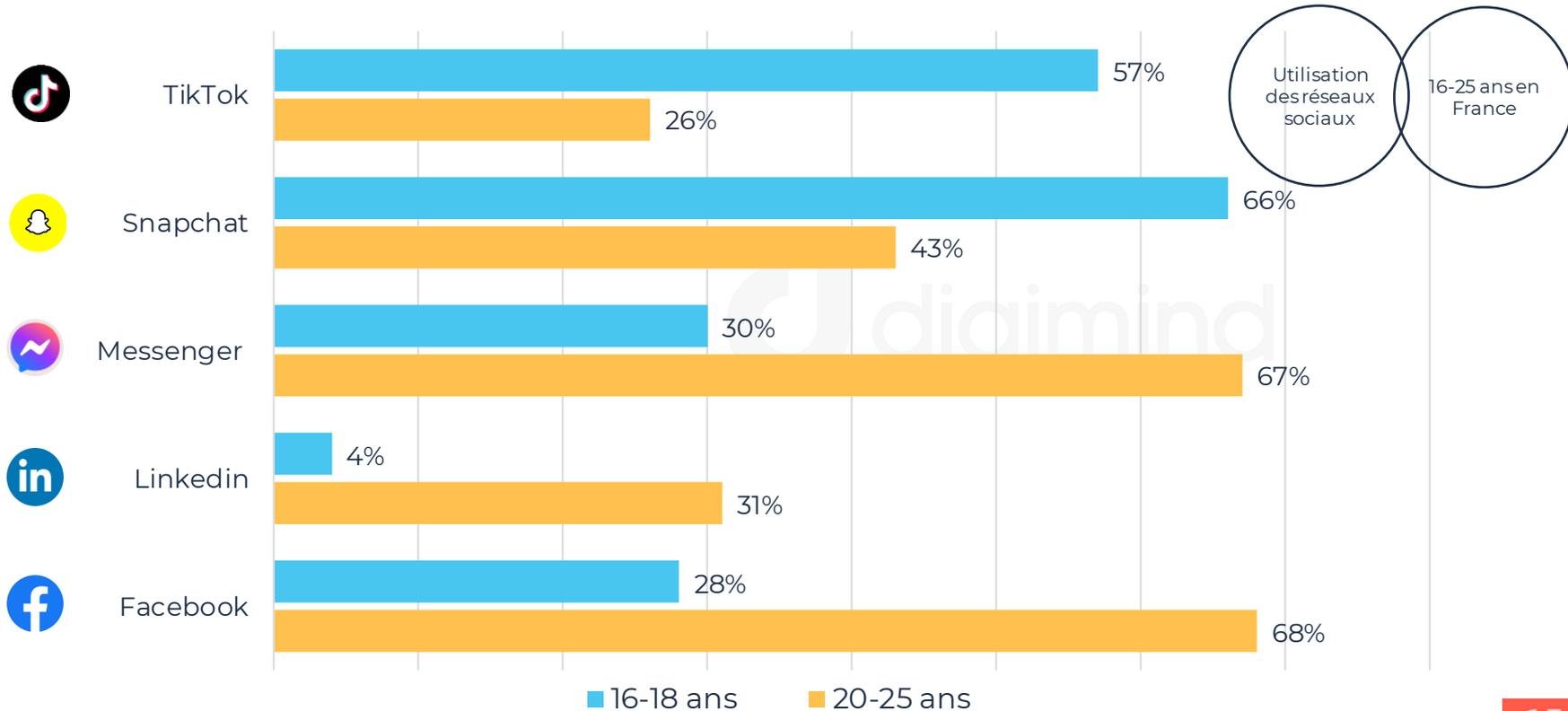
# Les marques préférées des jeunes de 11-24 ans. Couverture quotidienne. France



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



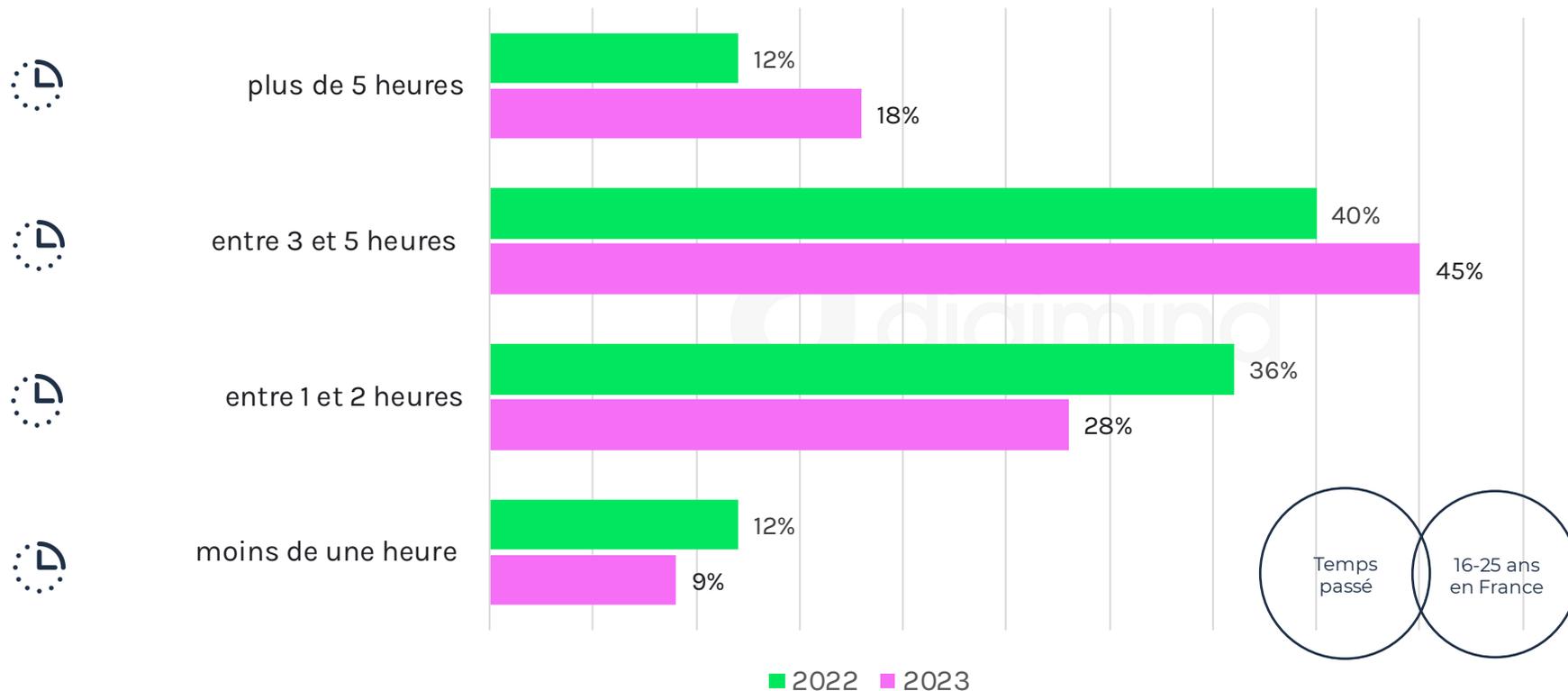
# Les disparités d'utilisation des réseaux sociaux 16-18 ans vs 20-25 ans en France



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



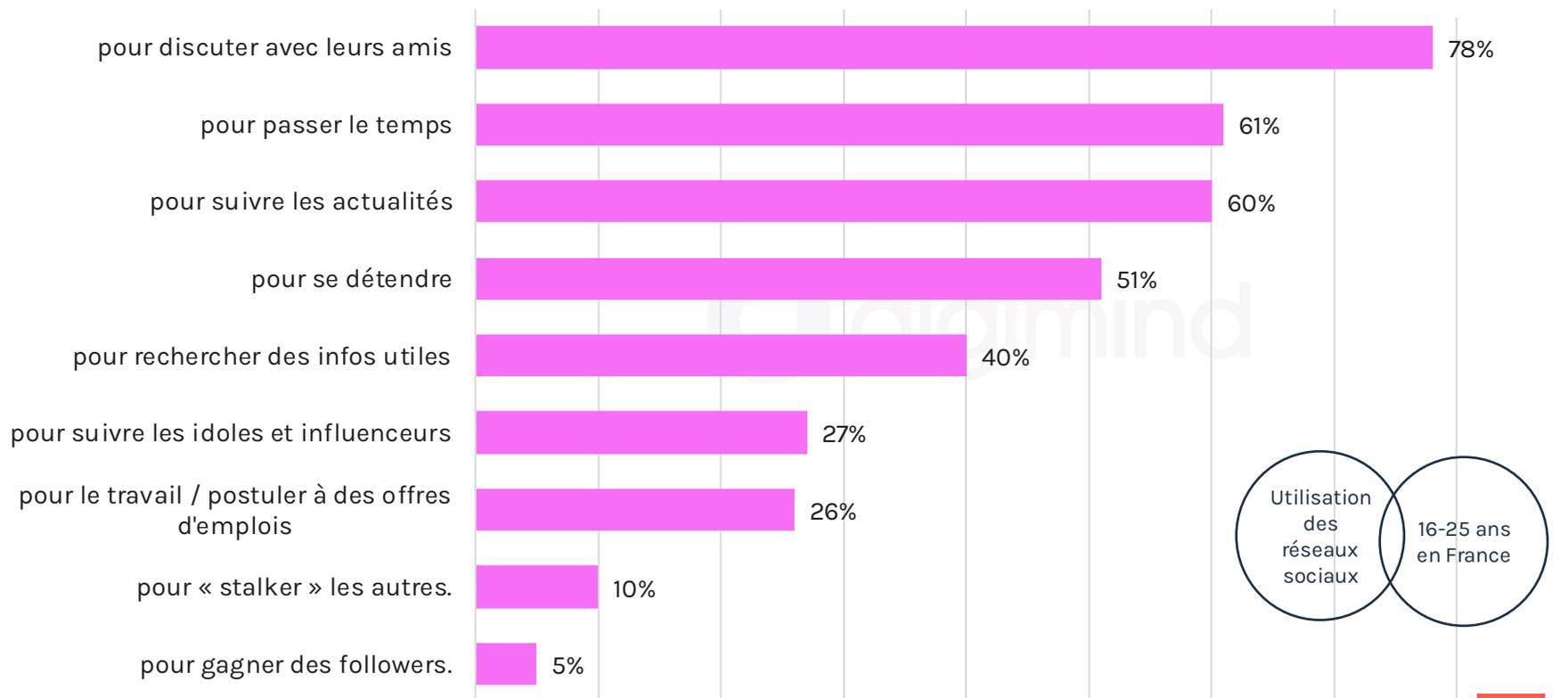
# Le temps passé par jour par les 16-25 ans sur les réseaux sociaux. 2022-2023



Source : Etude Diplomeo 2023 (2312 jeunes âgés de 16 à 25 ans).



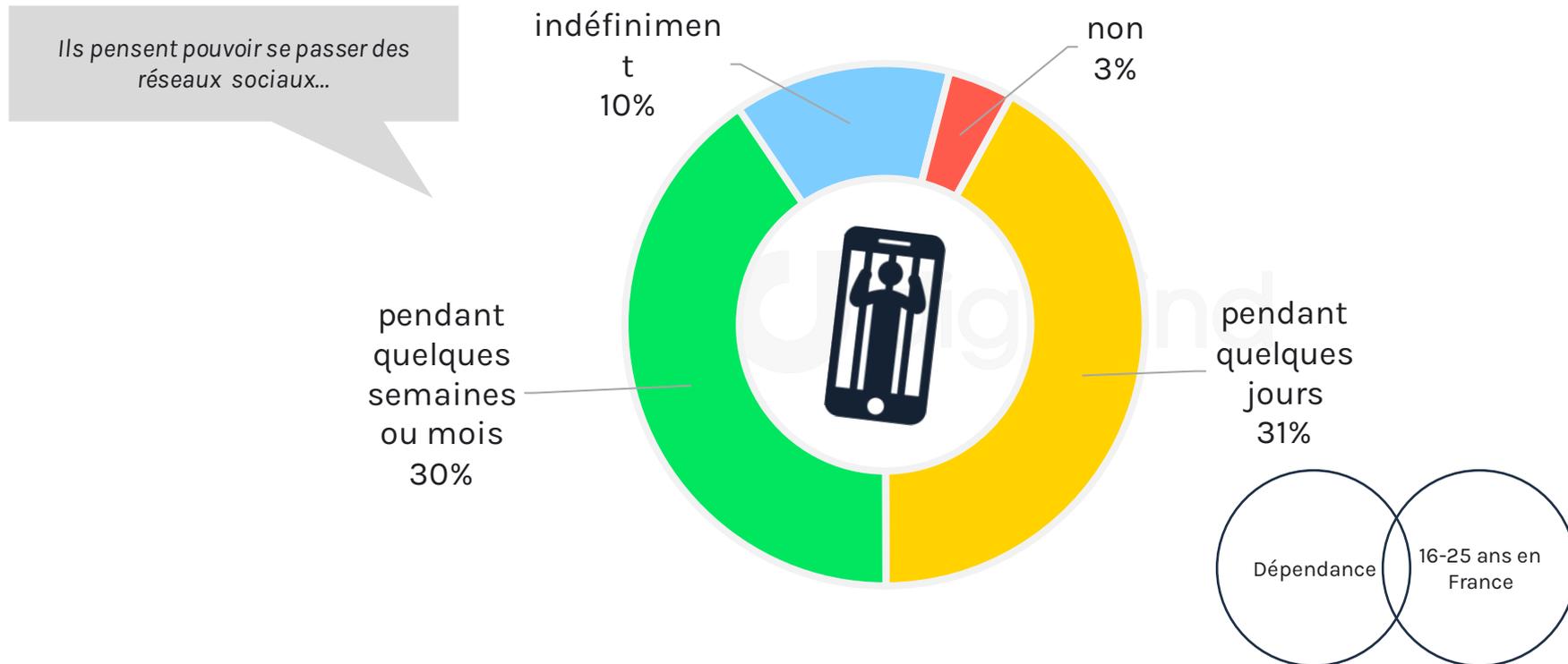
# Pourquoi les 16-25 ans utilisent les réseaux sociaux en France en 2023 ?



Source : Etude Diplomeo 2023 (2312 jeunes âgés de 16 à 25 ans).



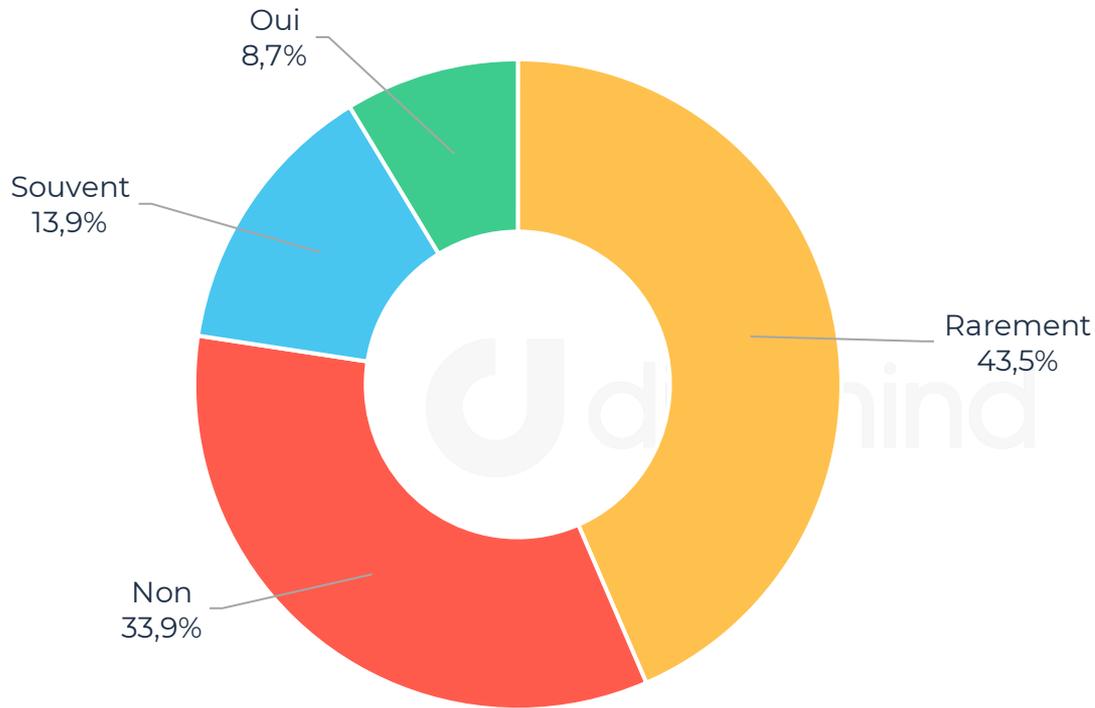
# Le sentiment de dépendance aux réseaux sociaux des 16-25 ans en France



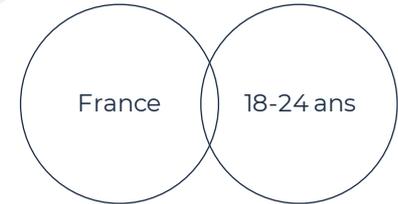
Source : Etude Diplomeo 2023 (2312 jeunes âgés de 16 à 25 ans).



# 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 chez les 16-25 ans



**50%**  
utilisent les réseaux  
sociaux pour leur  
recherche de formation



**50%**



**40%**



**25%**

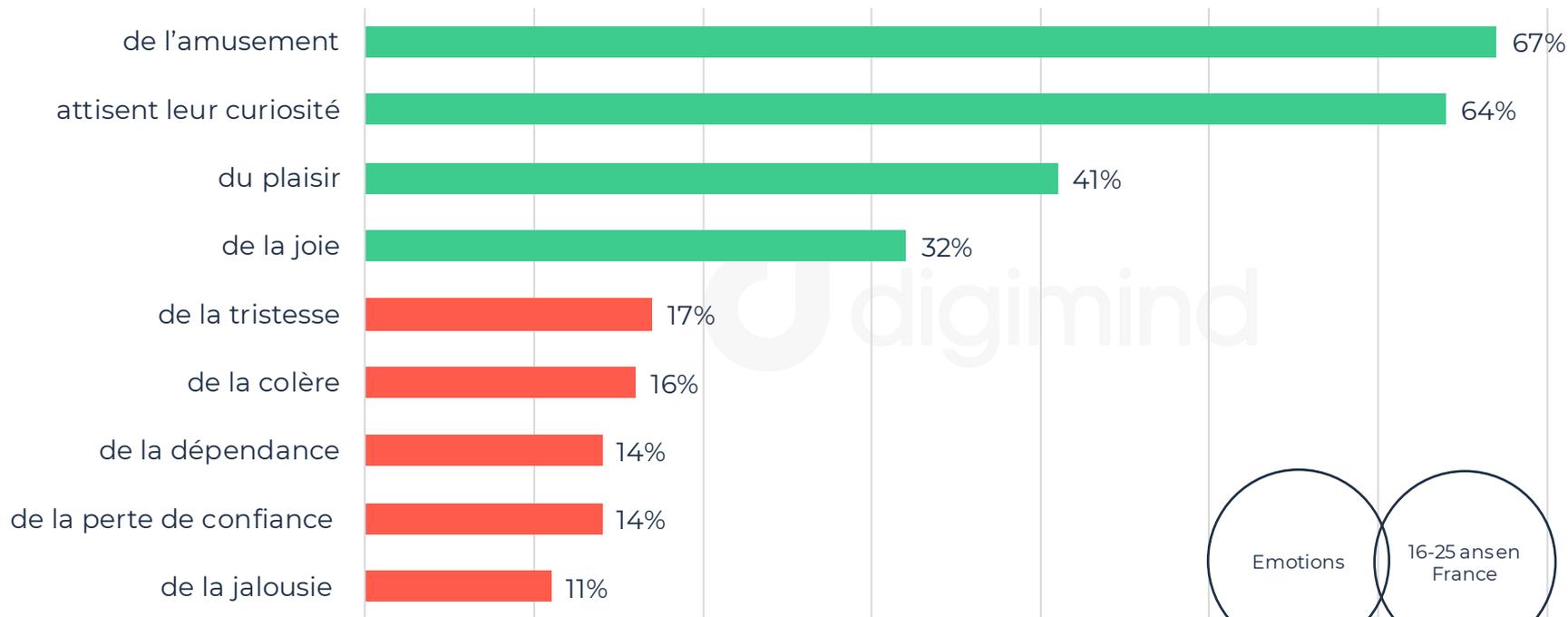


**19%**

Source : Etude Diplomeo 2023 (2312 jeunes âgés de 16 à 25 ans).



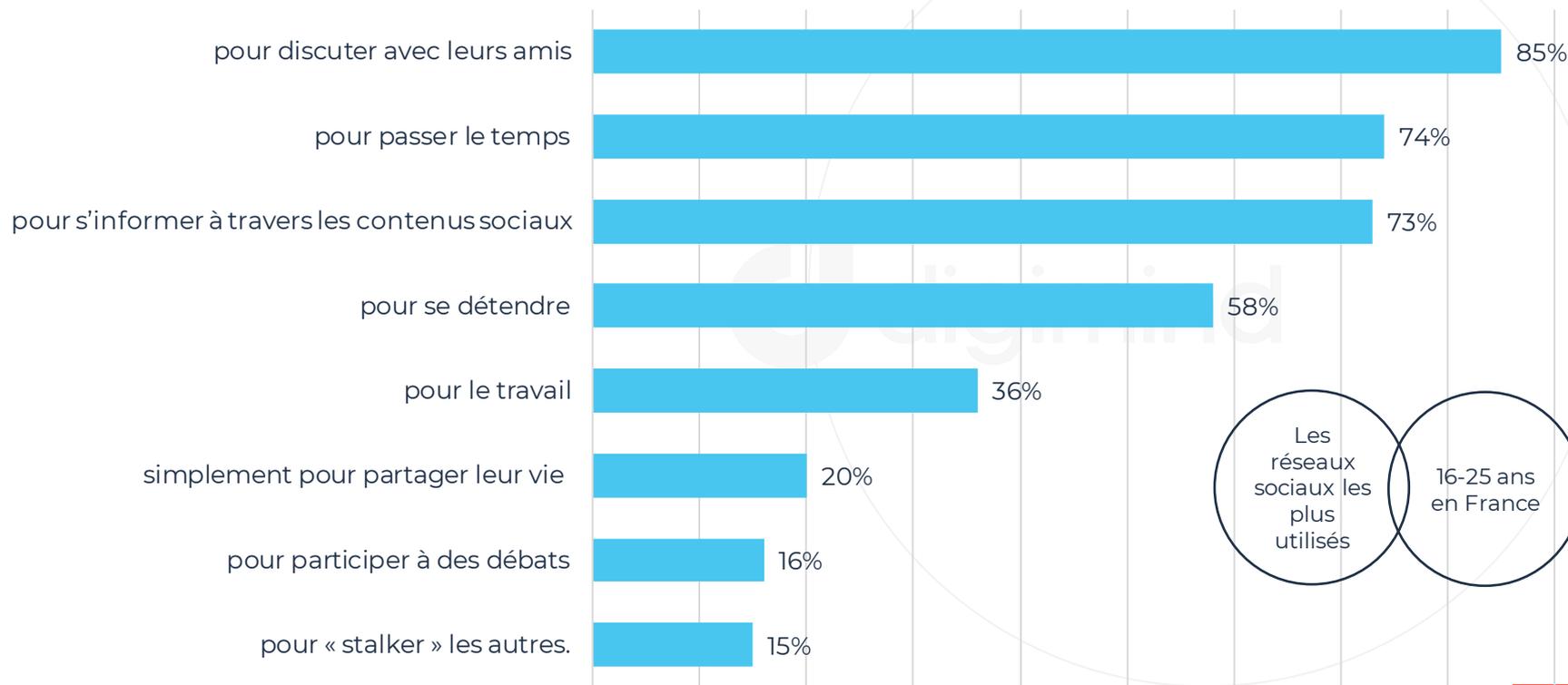
# Les émotions associées aux réseaux sociaux par les 16-25 ans en France



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

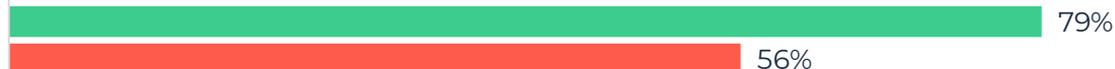


## interactions, dialogue

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

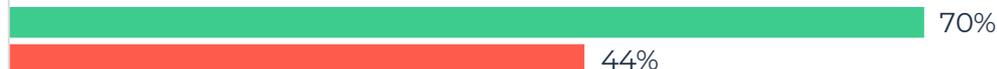


les réseaux sociaux ont facilité le contact et le dialogue avec les marques

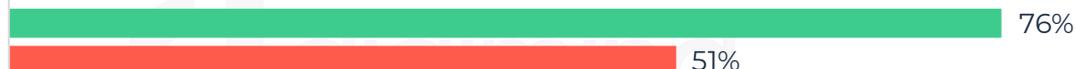


## contenus

apprécient globalement les publications de marques sur les réseaux sociaux

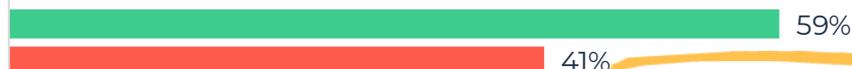


aiment retrouver sur leurs fils d'actualités les publications des marques



## publicité

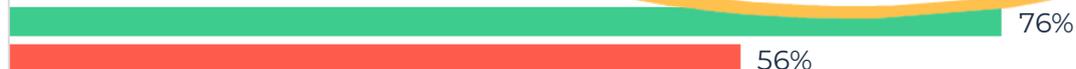
pensent que sur les réseaux sociaux, les vidéos publicitaires attirent davantage votre attention que les autres types de publicités



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



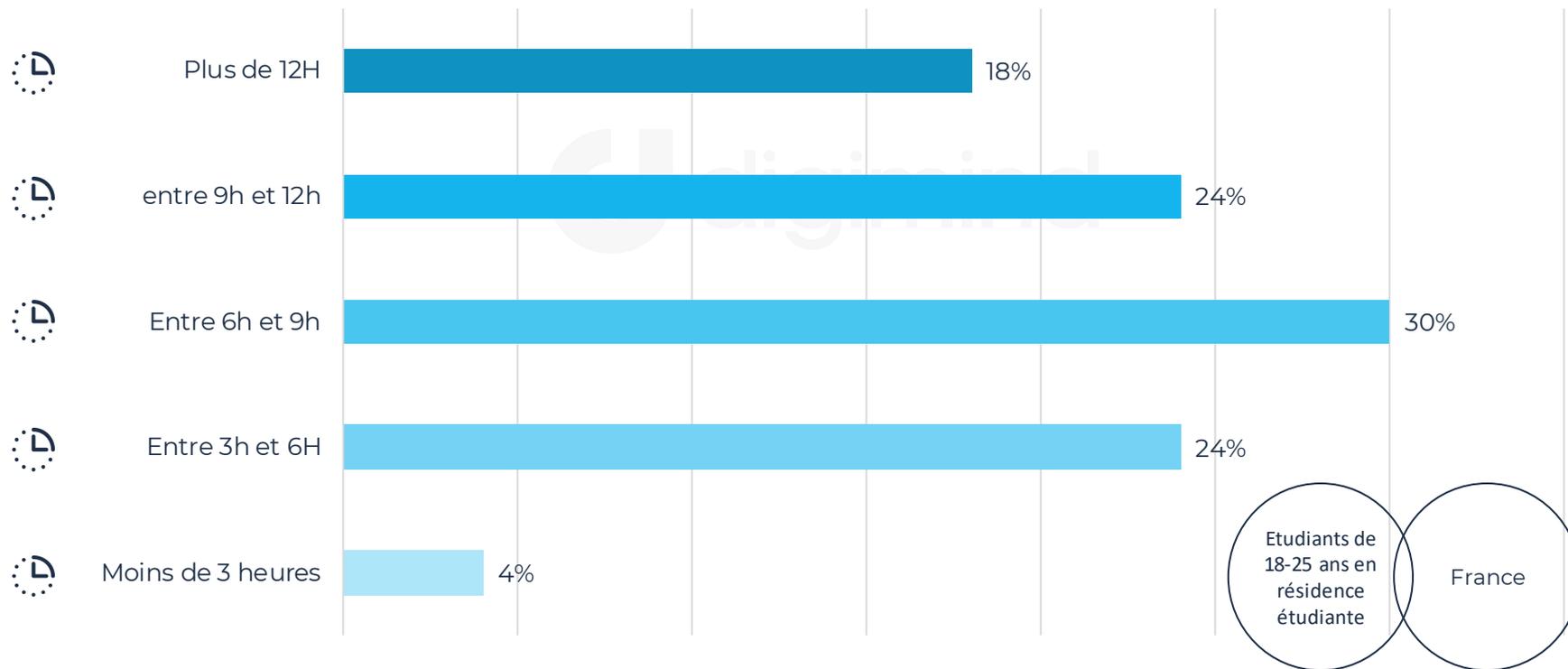
34% Chatbot

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%

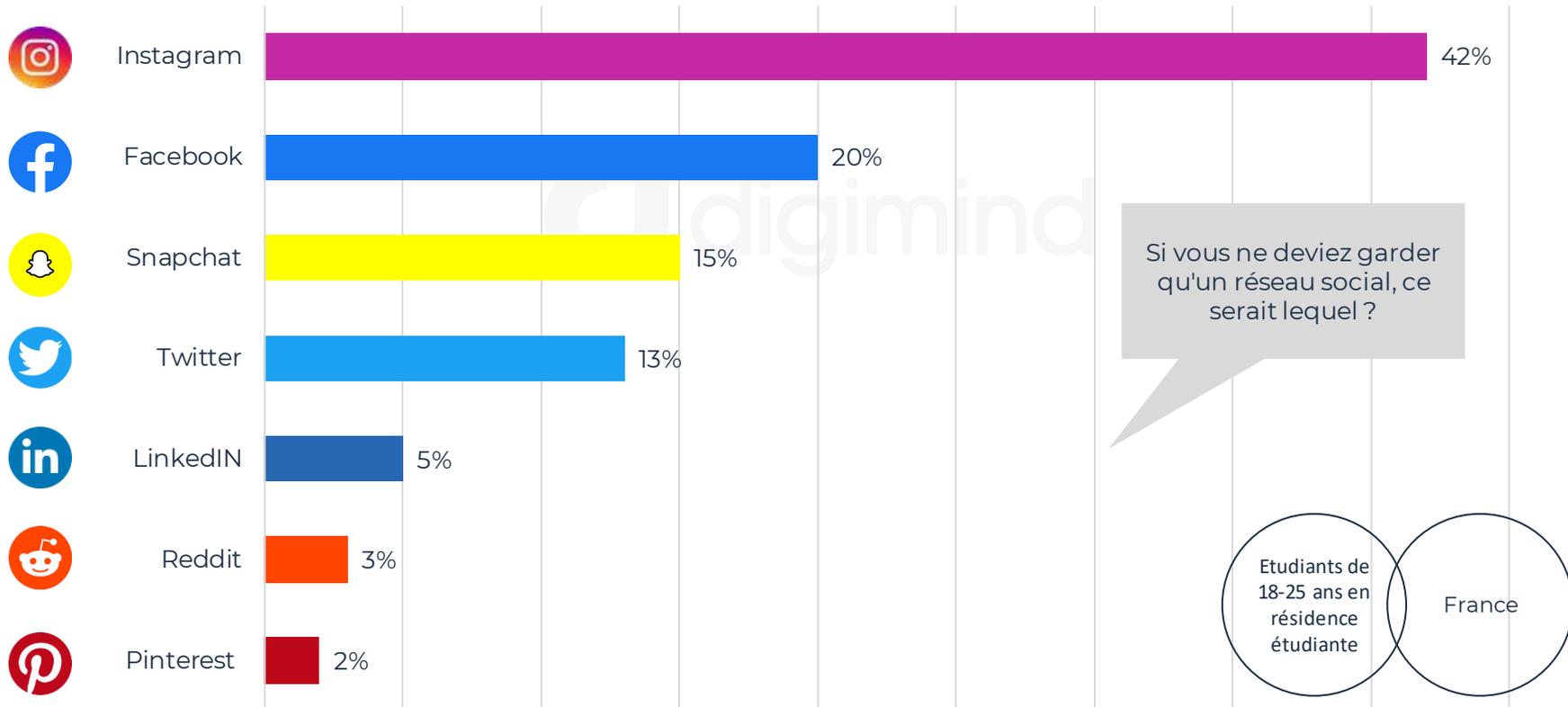
Etudiants de  
18-25 ans en  
résidence  
étudiante

France

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%



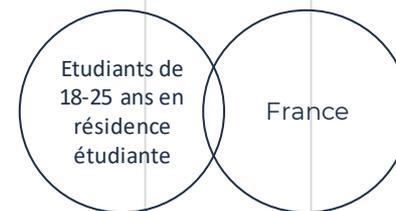
SMS

16%



Appels téléphoniques

5%

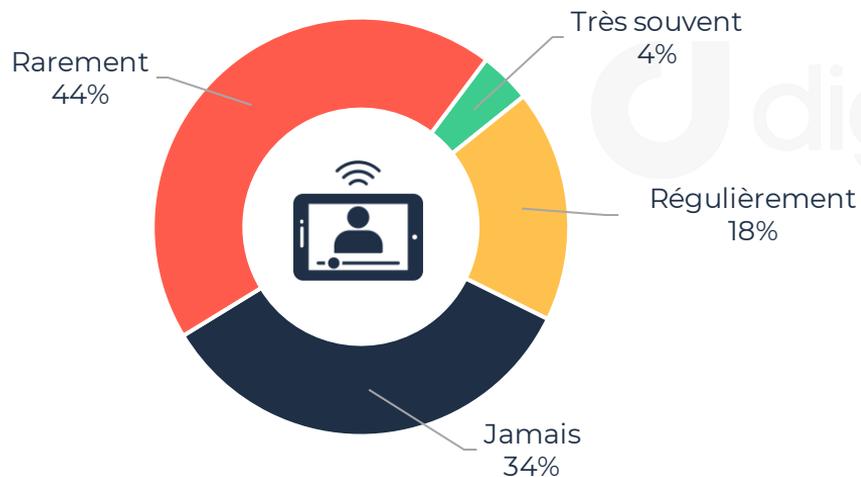


Source : Etude Wifirst – Internet et les étudiants – avril 2021 – 3586 étudiants

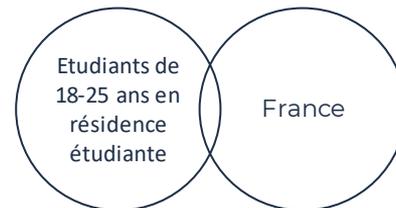
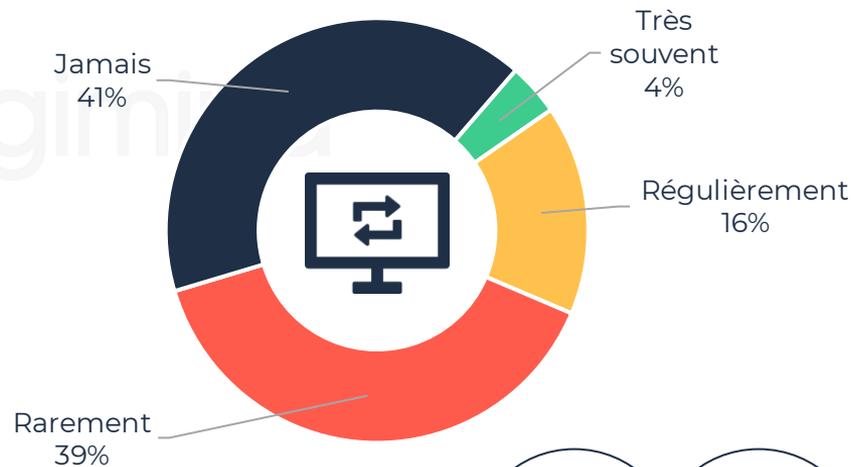




## regardez-vous les chaînes TV en direct ?



## 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 2023

## Les confirmés



### BeReal

Réseau social « authentique » de photos éphémères, créé en 2020.



### Discord

Messagerie Chat et salons pour gamers (au départ).



### Zepeto

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



### Pronote

Application de messagerie et de gestion des cours et notes pour les collégiens et parents



### 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.



### Twitch (Amazon)

Live streaming et VOD de jeu vidéo, de sport et divertissements. 4,9 millions de visiteurs uniques en France (mois).



### Roblox

À la fois un réseau social, un monde virtuel et une plateforme de création de jeux qui compte 100 millions d'utilisateurs mensuels.



### Plato: find fun

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



### Likee

Application de création et de partage de courtes vidéos

## Les challengers



### SUSH

application sociale et de communication permettant de prendre soin d'animaux numériques appelée SUSH.



### Bigo Live

Messagerie instantanée et par vidéo chat.



### WeScoop

Pour communiquer avec ses amis via une messagerie cryptée, partager de moments et visualisation de ce qui se passe dans le monde à travers les SCOOPS.



### JusTalk Kids

application d'appel vidéo et de messagerie sécurisée conçue pour que les enfants puissent se connecter avec leur famille et leurs amis proches



### Horse Life

Un simulateur du monde équestre où vous pouvez collectionner et prendre soin de chaque cheval que vous découvrirez



### Wizz

App. permettant de rencontrer des personnes dans le monde entier et de faire leur connaissance



### Locket Widget

application qui vous permet de partager des photos directement sur l'écran d'accueil de vos amis, via un simple widget.



### Feels

Appli de rencontre au format Story : l'utilisateur peut visiter des profils et envoyer des « feels ».



# Jeunes adultes, adolescents et pré-ados : Les autres app. sociales de leurs smartphones 2022



## Yelly

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



## Discord

Messagerie Chat et salons pour gamers (au départ). 9<sup>ème</sup> 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<sup>ème</sup> 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<sup>ème</sup> 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<sup>ème</sup> 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<sup>e</sup> place des applications sociales les plus téléchargées en mars 2022



# Jeunes adultes, adolescents et pré-ados : Les autres app. sociales de leurs smartphones 2022



## 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

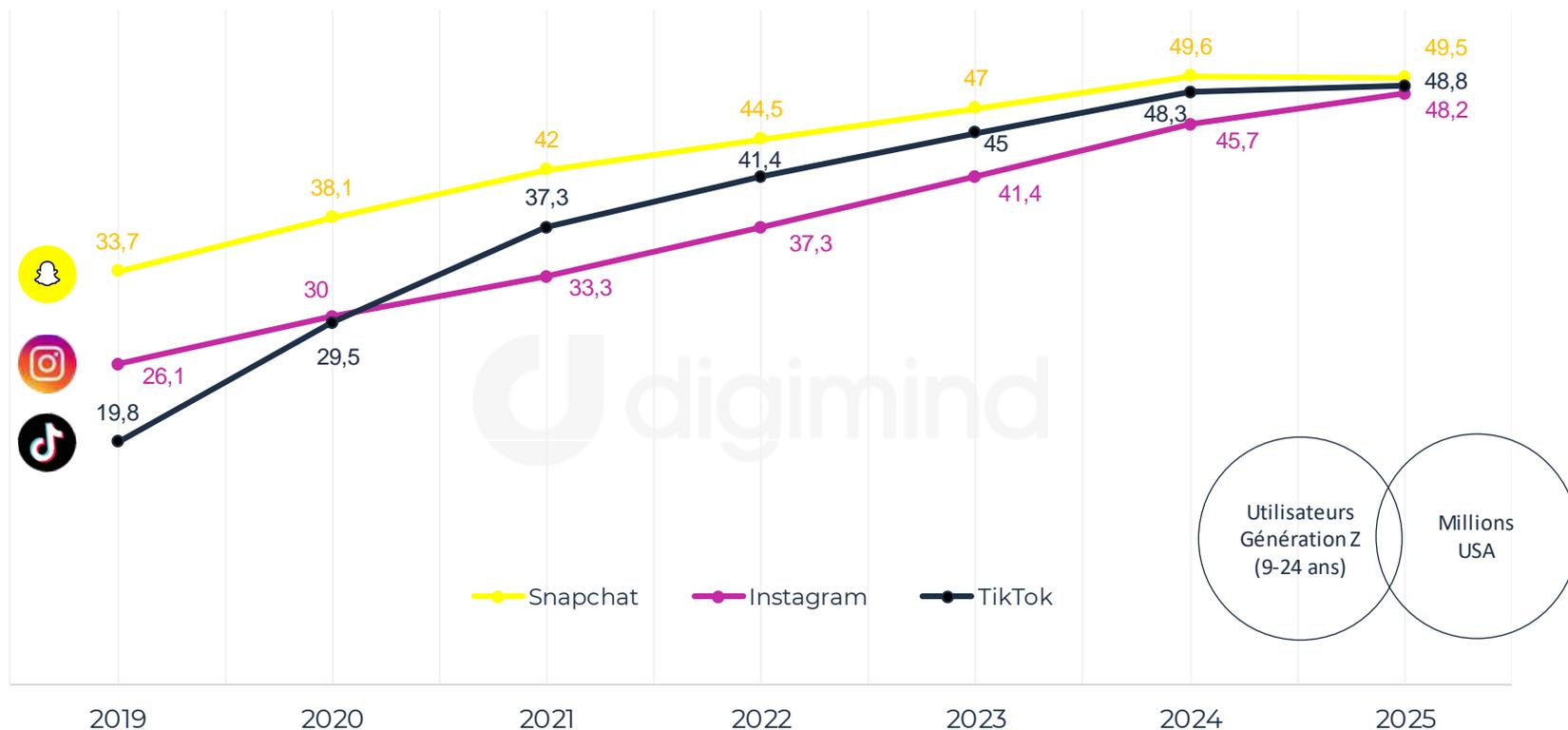


Lovoo



Plink

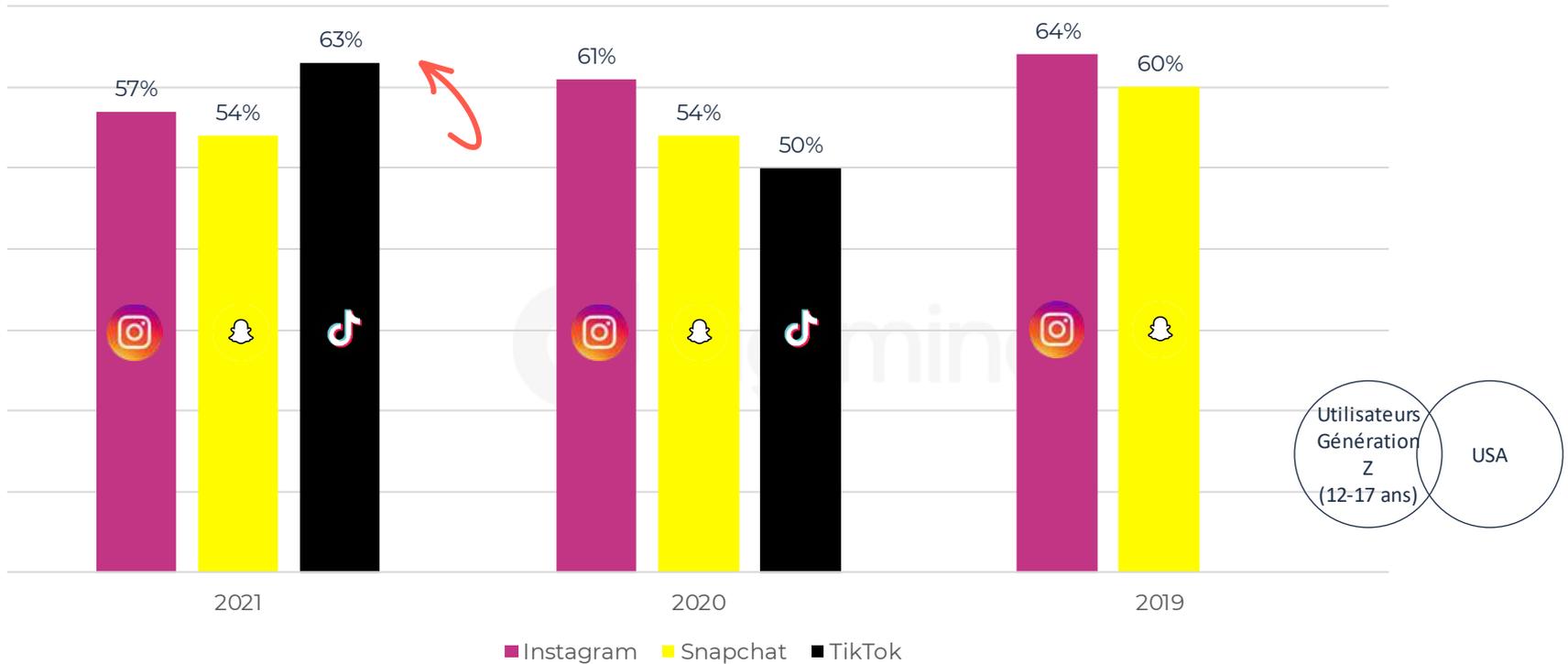
# Utilisateurs Gen. Z TikTok, Snapchat, Instagram. 2019-2025. Prévisions (USA)



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



...ring  
...es right now



# Focus

## Les réseaux sociaux et l'accès à l'information



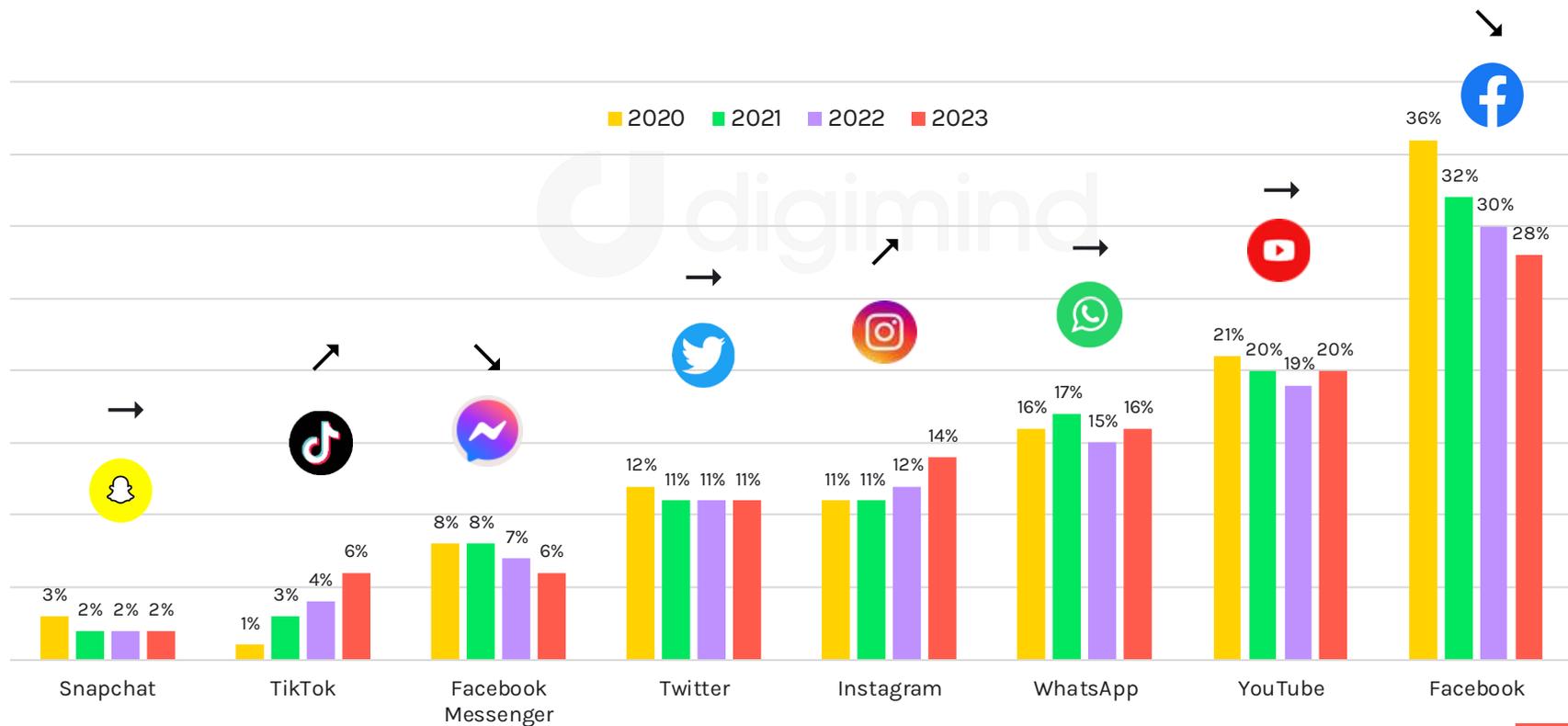
The New York Times  
**Witness Who Was in George Floyd's Car, Maurice Lester Hall, Says His Friend Did Not Resist Arrest**  
Headlines · 4 hours ago

NBC NEWS  
... other military leaders  
... against Trump

Following

Newsstand

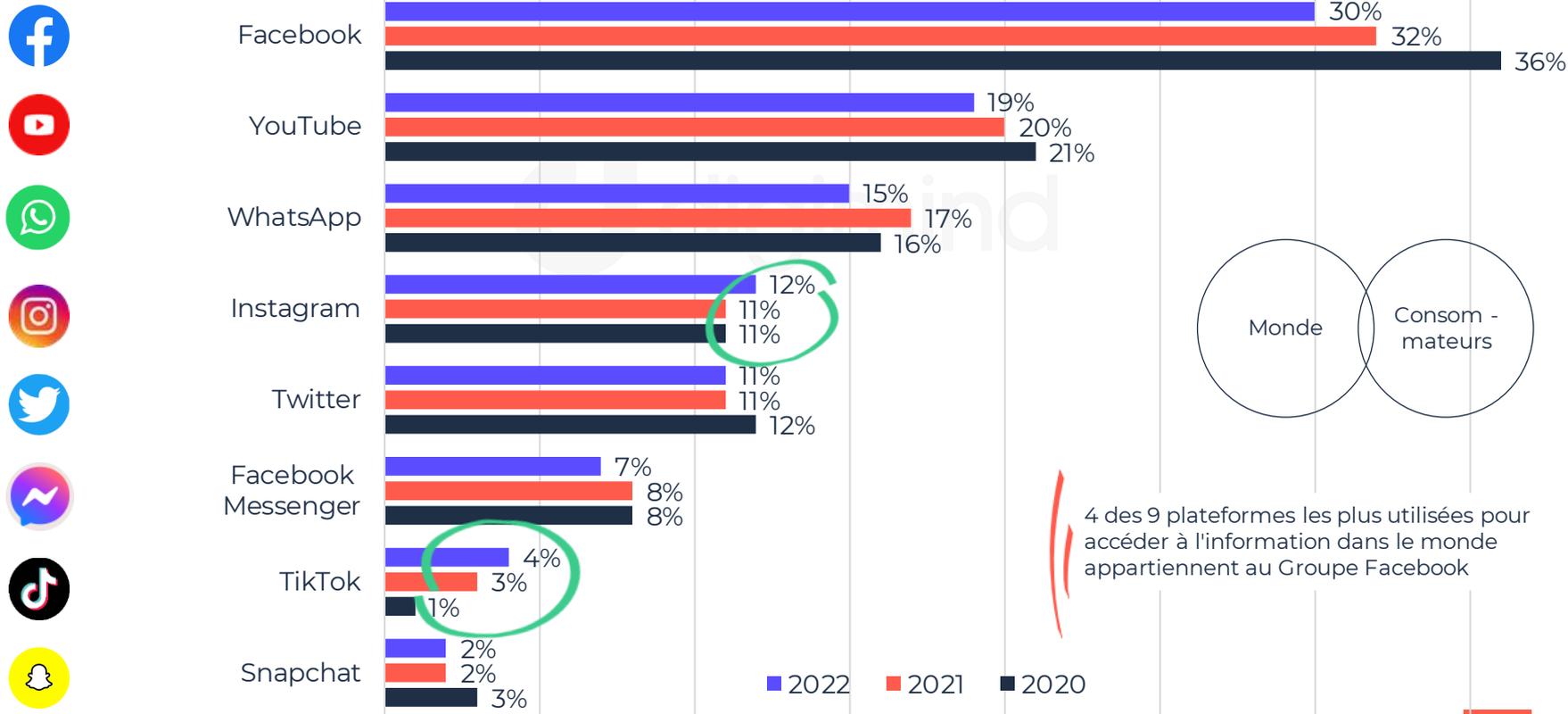
# Les réseaux sociaux et messageries utilisés pour accéder à l'information. Monde.



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



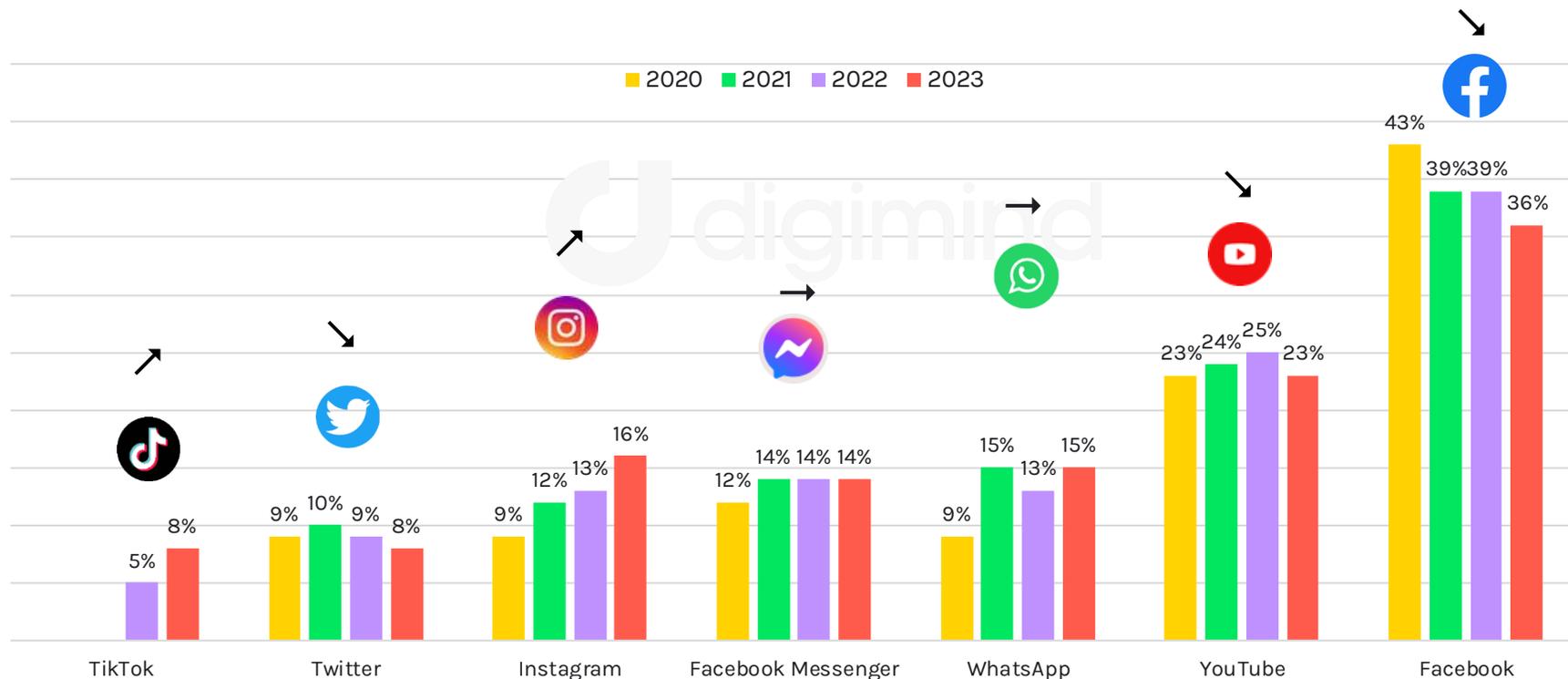
# Les réseaux sociaux et messageries utilisés pour accéder à l'information. Monde.



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



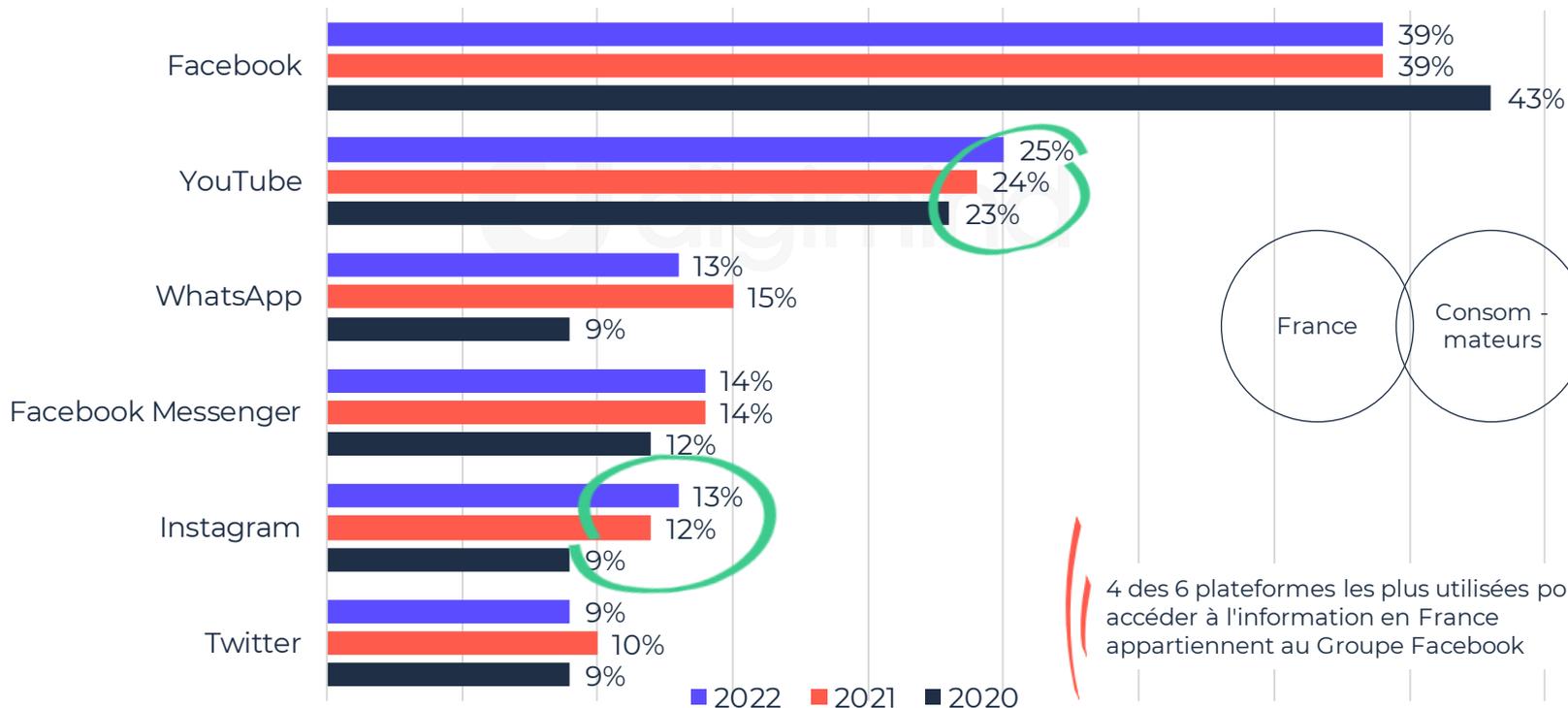
# Les réseaux sociaux et messageries utilisés pour accéder à l'information. France.



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



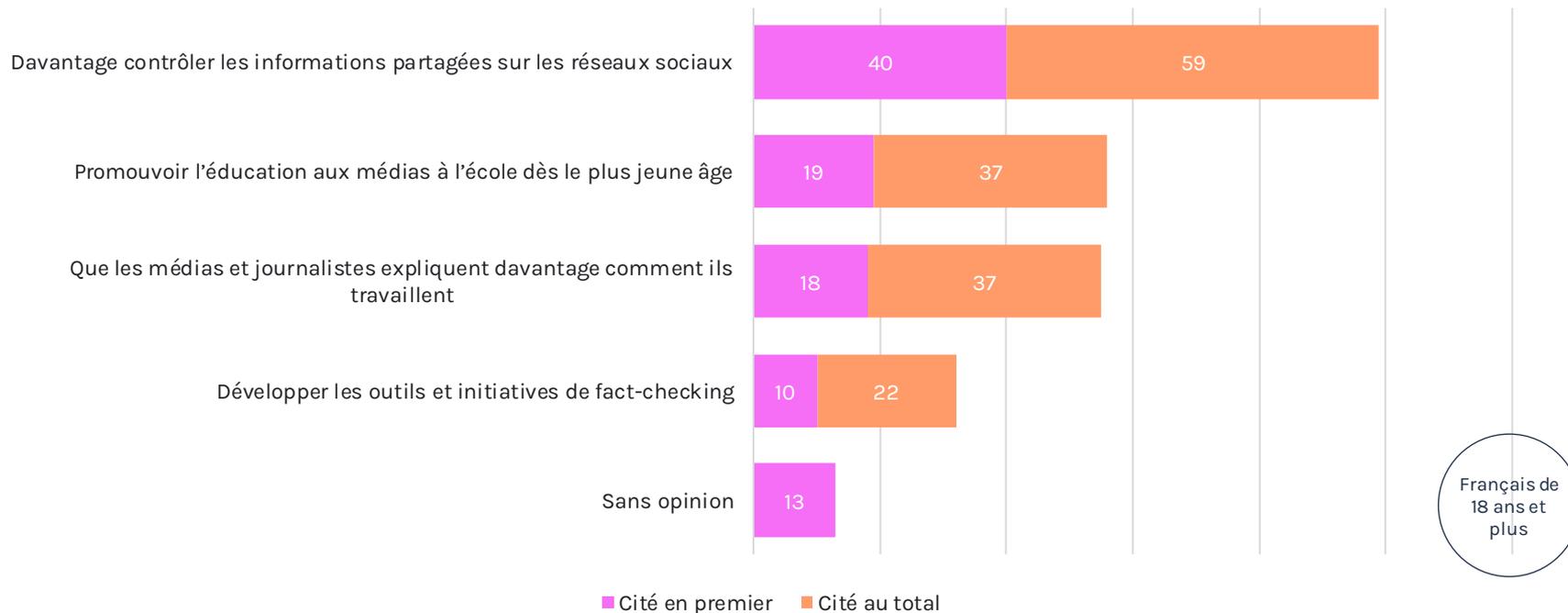
Source : Reuters Institute for the study of Journalism - Digital News Report 2020-2021-2022



# Les actions prioritaires à mettre en œuvre contre la désinformation



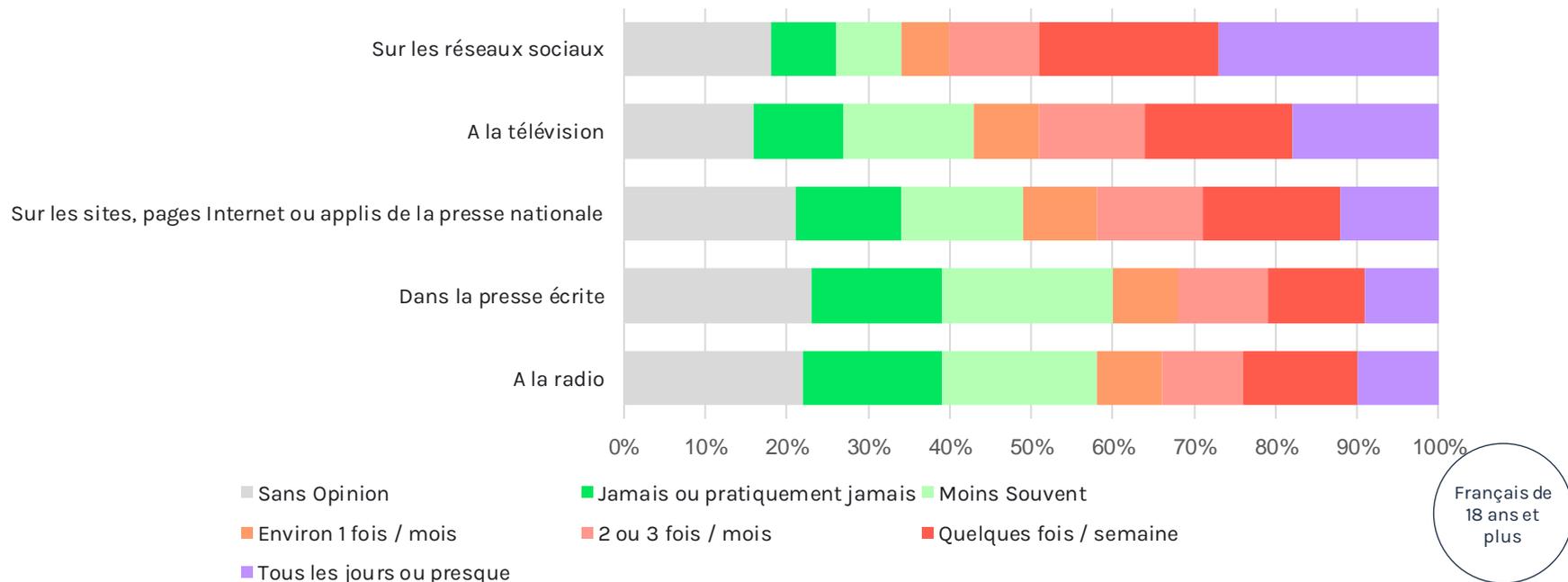
Pour permettre à chacun de mieux s'informer et lutter contre la désinformation, quelles actions parmi les suivantes vous semblent prioritaires ? Deux réponses possibles



# Le sentiment d'être confronté à des fausses informations



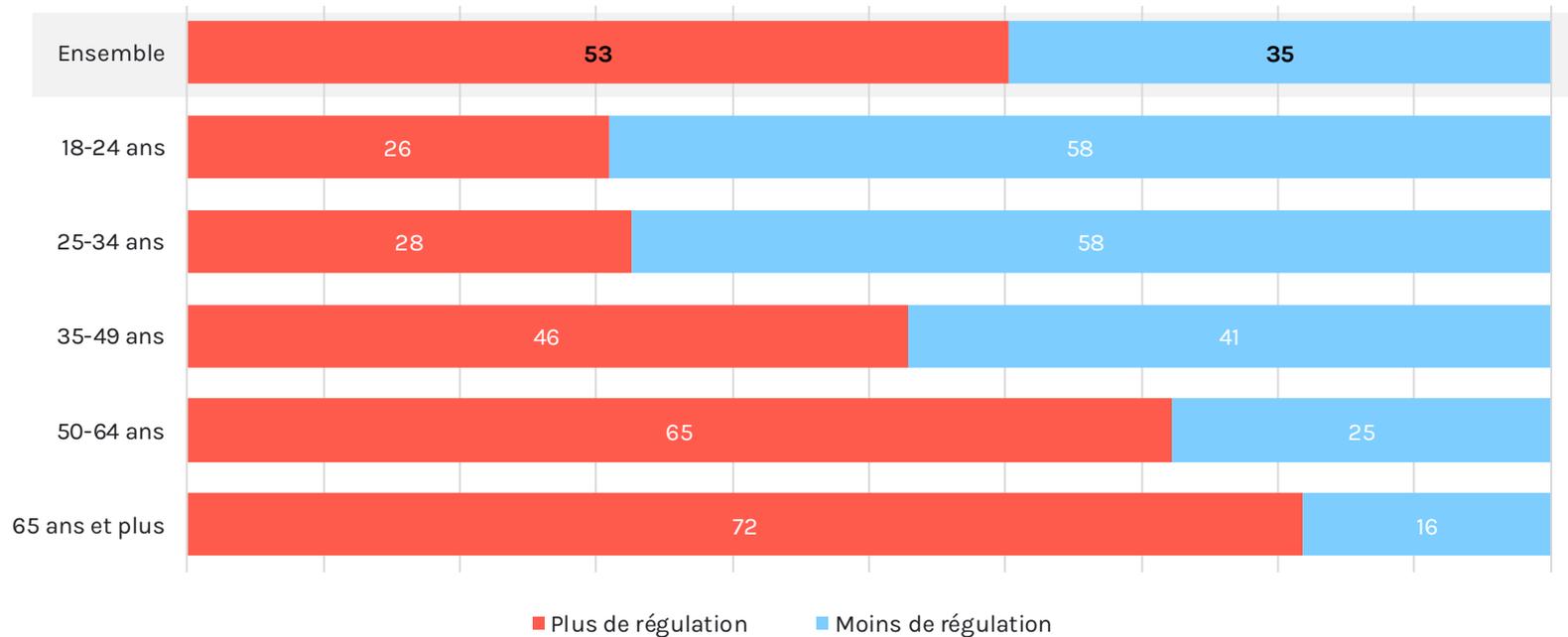
A quelle fréquence, diriez-vous que vous êtes confronté(e) à des informations qui déforment la réalité ou qui sont même fausses...



# Attente de régulation et de contrôle sur les réseaux sociaux En fonction de l'âge



Au sujet des informations et opinions qui sont partagées sur les réseaux sociaux, êtes-vous personnellement favorable à...



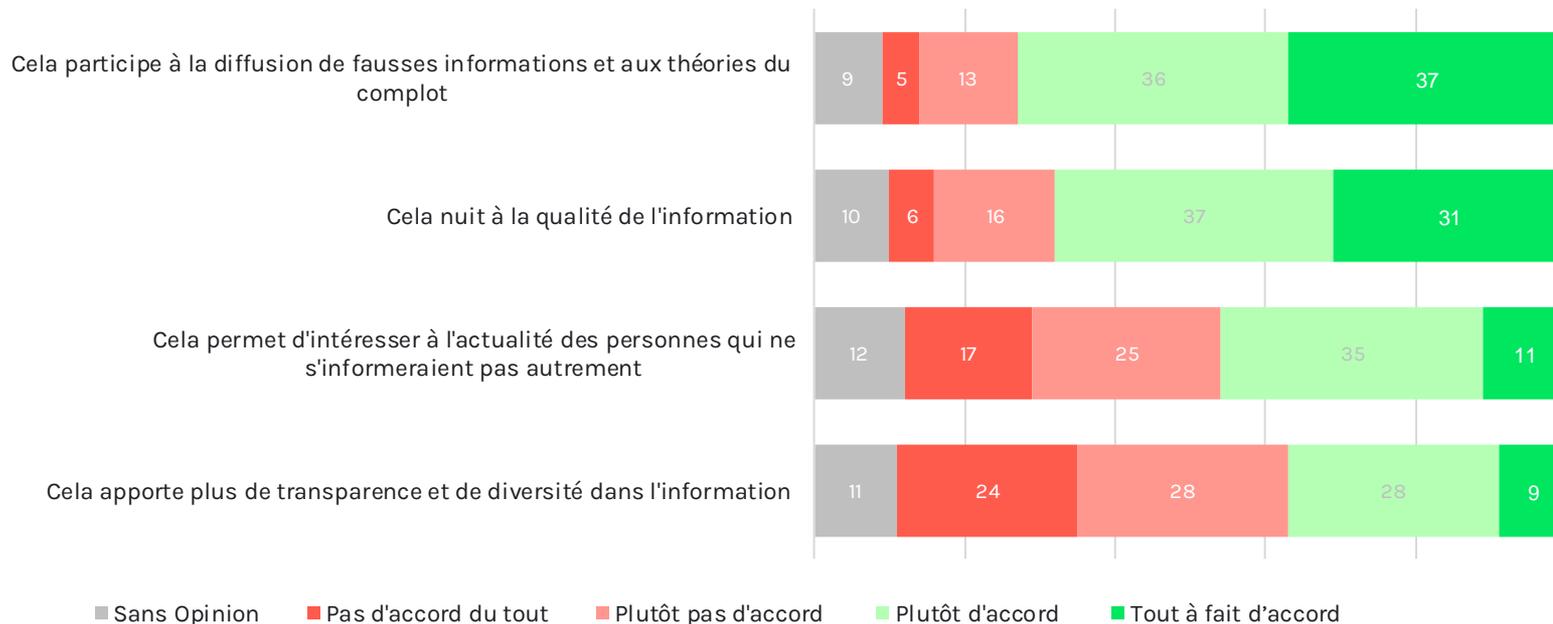
Français de 18 ans et plus



# Opinion sur le développement du partage d'informations via les réseaux sociaux



Avec les réseaux sociaux, de plus en plus d'informations en lien avec l'actualité circulent et sont diffusées par des personnes qui ne sont pas des médias ou des journalistes. Et à propos de ce phénomène, êtes-vous d'accord ou non avec les affirmations suivantes: Une seule réponse possible



Français de 18 ans et plus

Etude KantarPublic pour La Croix - novembre 1 500 personnes, représentatif de l'ensemble de la population

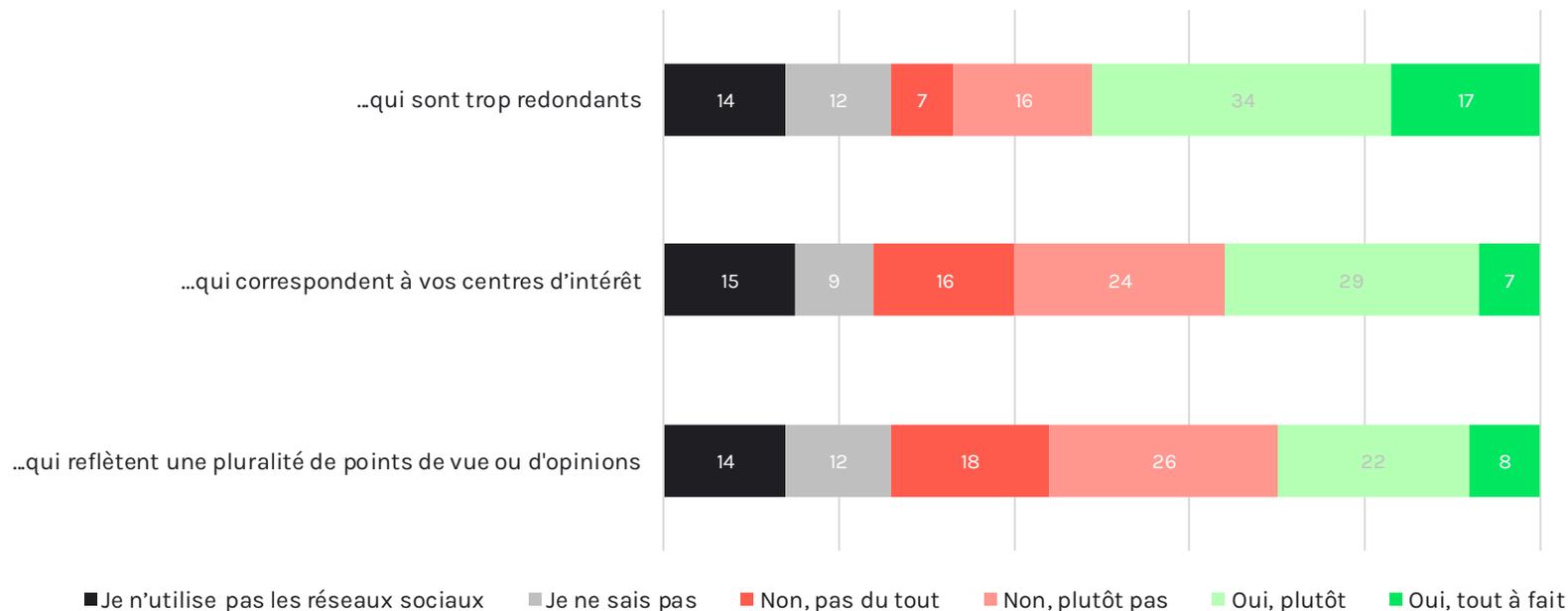


# Opinion sur la sélection des contenus et informations sur les réseaux sociaux



Sur les réseaux sociaux, le choix des contenus qui sont proposés aux utilisateurs est géré par des algorithmes, c'est-à-dire des règles automatisées en fonction de nombreux paramètres, notamment les habitudes ou les centres d'intérêt des utilisateurs.

Que pensez-vous de cette méthode de sélection ? Diriez-vous qu'elle vous apporte des contenus ou des informations...



Français de 18 ans et plus

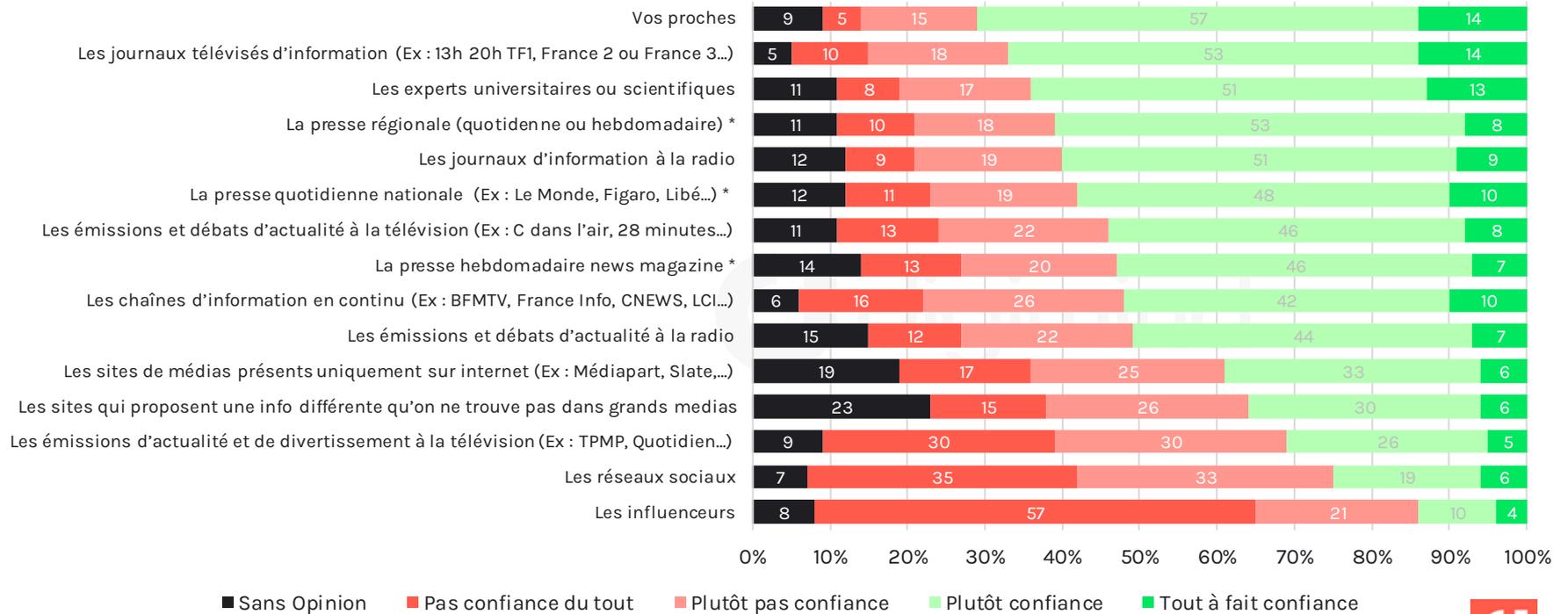


# Confiance dans les différents médias. 2023



De manière générale faites-vous confiance aux médias ou aux personnes suivantes pour vous informer sur ce qui se passe dans l'actualité ? Une seule réponse par item

\* en version papier, sur Internet ou sur les réseaux sociaux

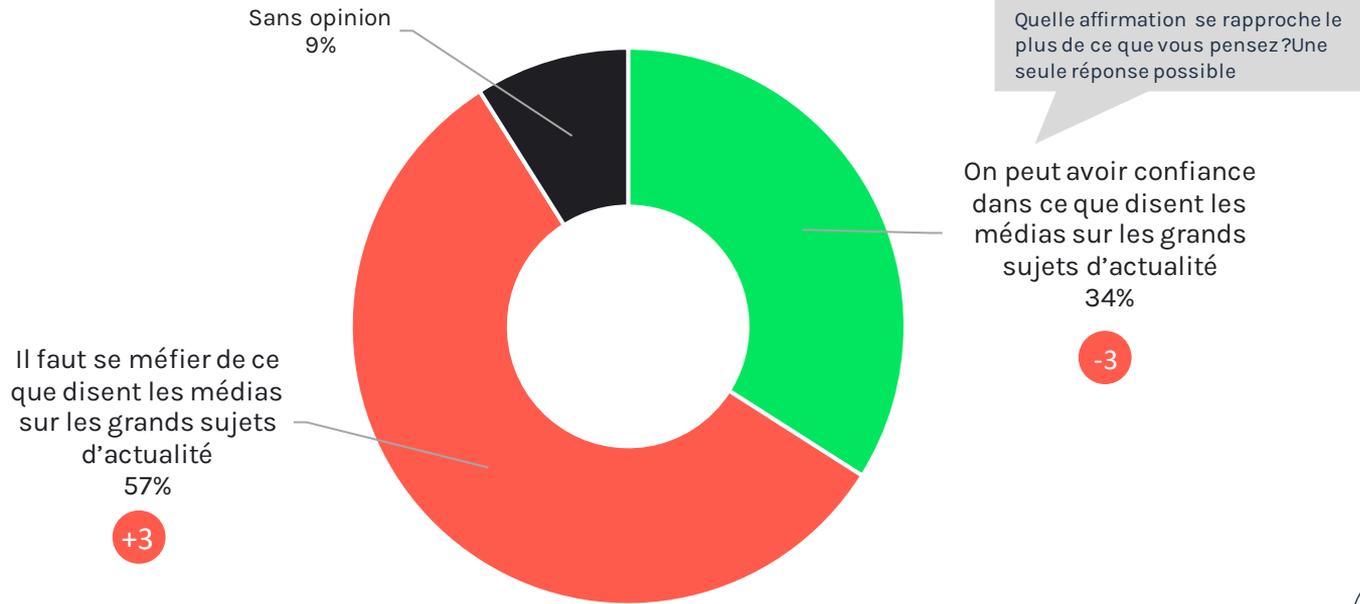


Etude KantarPublic pour La Croix - novembre 2023

1 500 personnes, représentatif de l'ensemble de la population



# Confiance dans les médias sur les grands sujets d'actualité



Français de 18 ans et plus

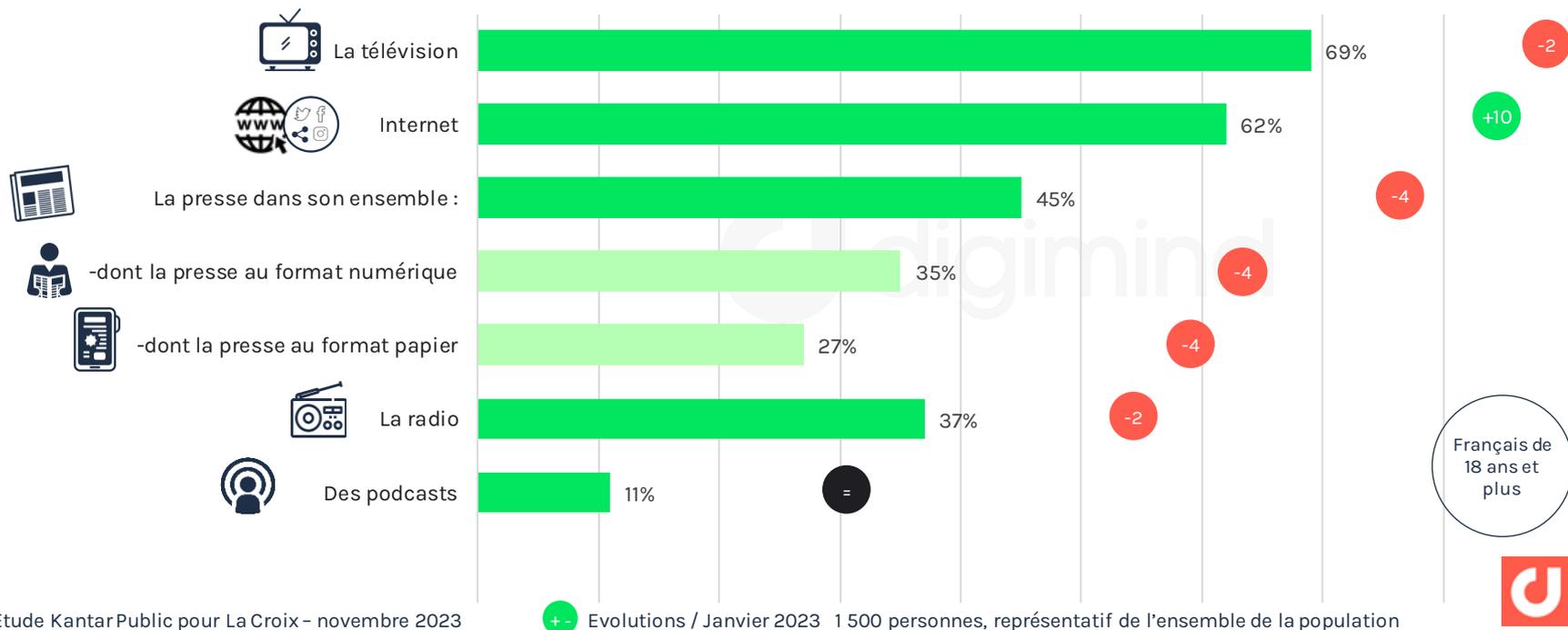


# Les médias utilisés quotidiennement. 2023



En général, à quelle fréquence est-ce que vous utilisez les médias suivants pour être informé(e) sur ce qu'il se passe dans l'actualité?

% Utilise au moins une fois par jour



Etude KantarPublic pour La Croix - novembre 2023

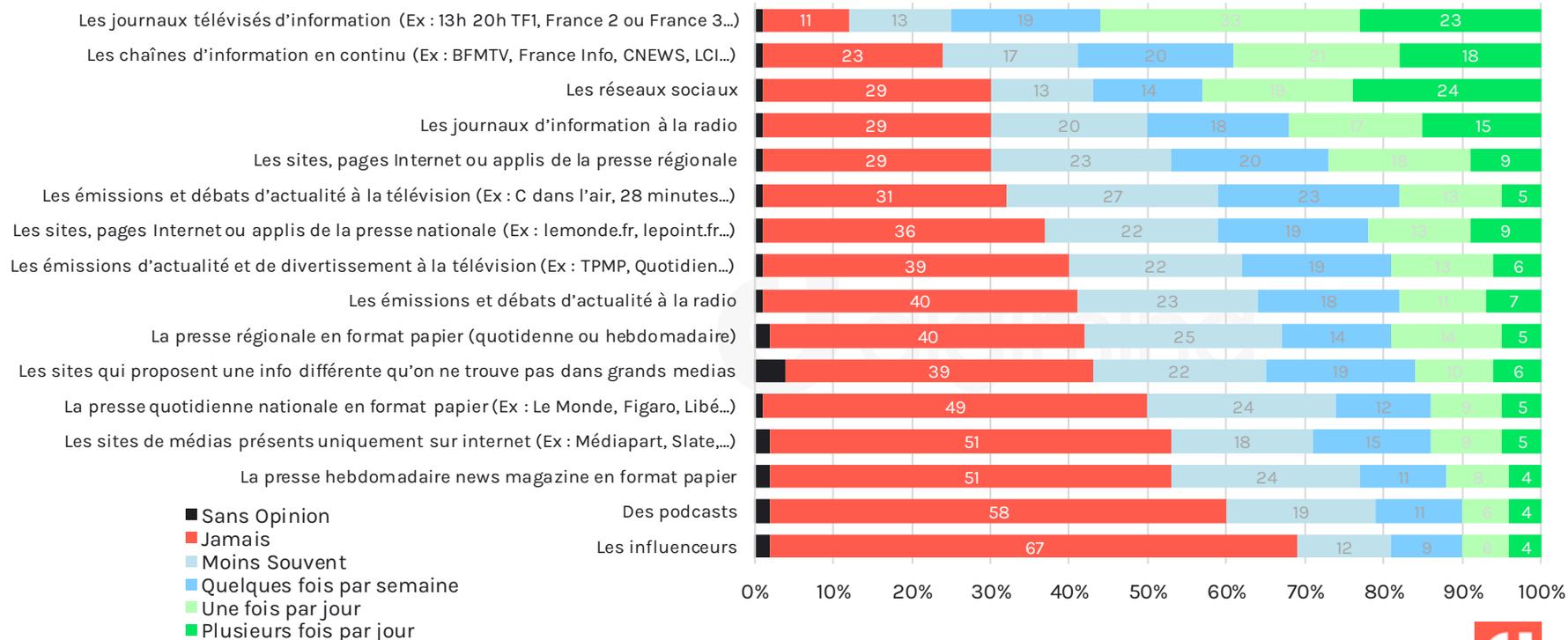
+/- Evolutions / Janvier 2023 1 500 personnes, représentatif de l'ensemble de la population



# Fréquence d'utilisation des médias. 2023



En général, à quelle fréquence est-ce que vous utilisez les médias suivants pour être informé(e) sur ce qu'il se passe dans l'actualité ? Une seule réponse par item



Etude KantarPublic pour La Croix - novembre 2023

1 500 personnes, représentatif de l'ensemble de la population



# Différences des usages dans l'accès à l'information selon l'âge. 2023



parmi ces médias, quel est celui que vous privilégiez pour être informé au quotidien ?

Top 3 des réponses les plus citées



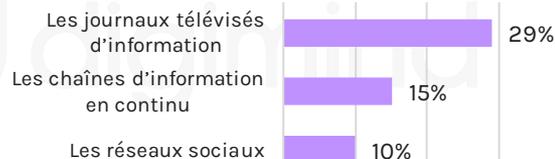
## 18-24 ans



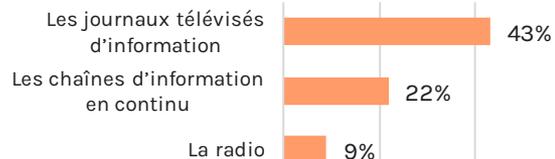
## 25-34 ans



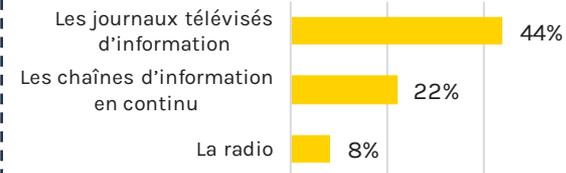
## 35-49 ans



## 50-64 ans



## 65 ans et plus



Baromètre Kantar Public Onepoint pour La Croix - janvier 2023



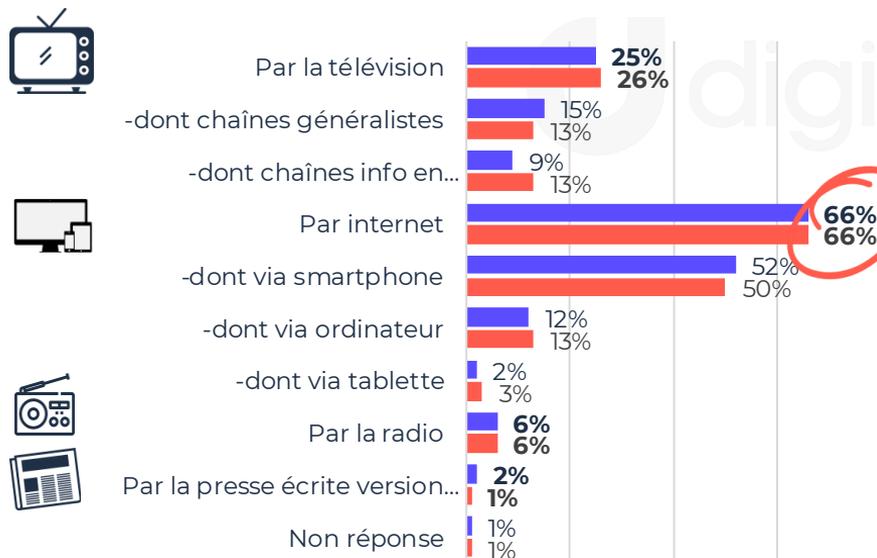
# Une rupture des usages dans l'accès à l'information selon l'âge. 2021-2022



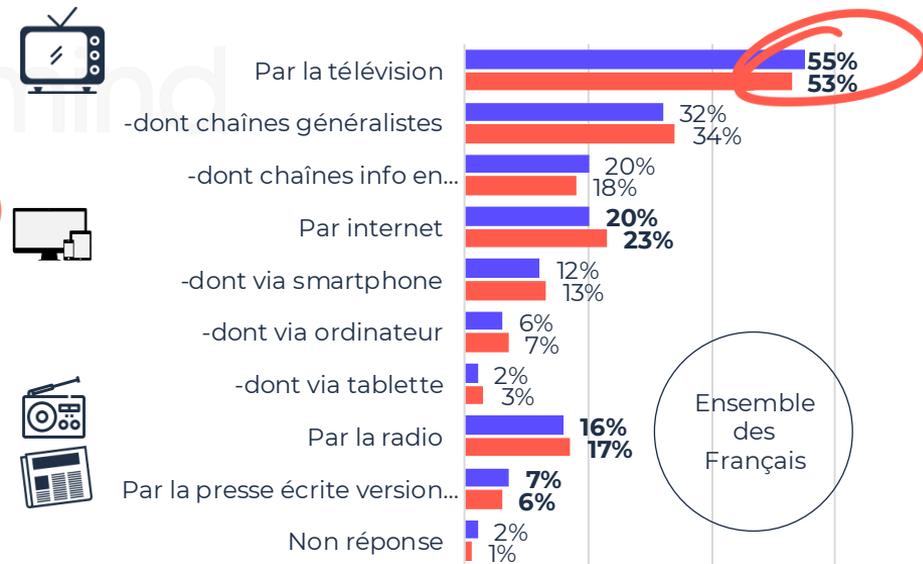
En général, par quel moyen êtes-vous d'abord informé de l'actualité nationale ou internationale ?

## Moins de 35 ans

■ 2022 ■ 2021



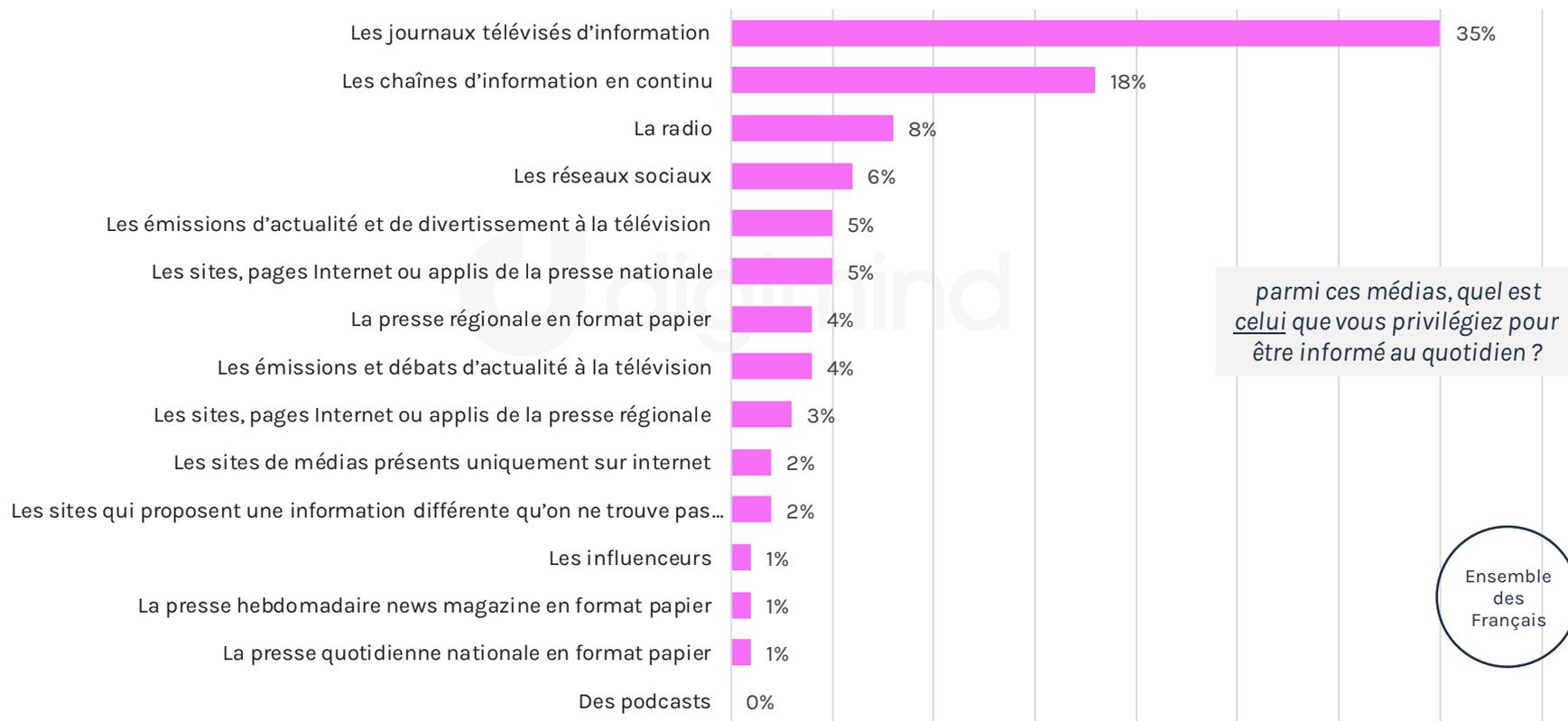
## 35 ans et plus



Ensemble des Français

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

# Média privilégié au quotidien pour s'informer en 2023



Baromètre Kantar Public Onepoint pour La Croix - janvier 2023



# Les sources d'informations sur Internet 2021-2022



Les réseaux sociaux (comme Twitter ou Facebook par exemple)



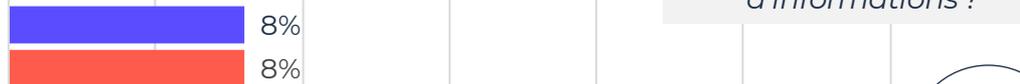
Les sites Internet ou applications mobiles des titres de la presse écrite



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





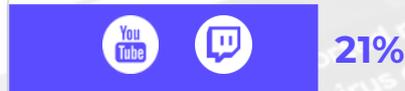
## Ensemble des Français

## Moins de 25 ans

s'informent avec les réseaux sociaux

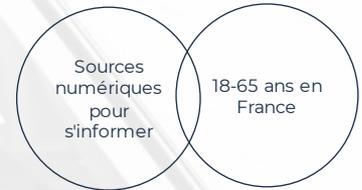


s'informent via des sites de streaming comme YouTube ou Twitch

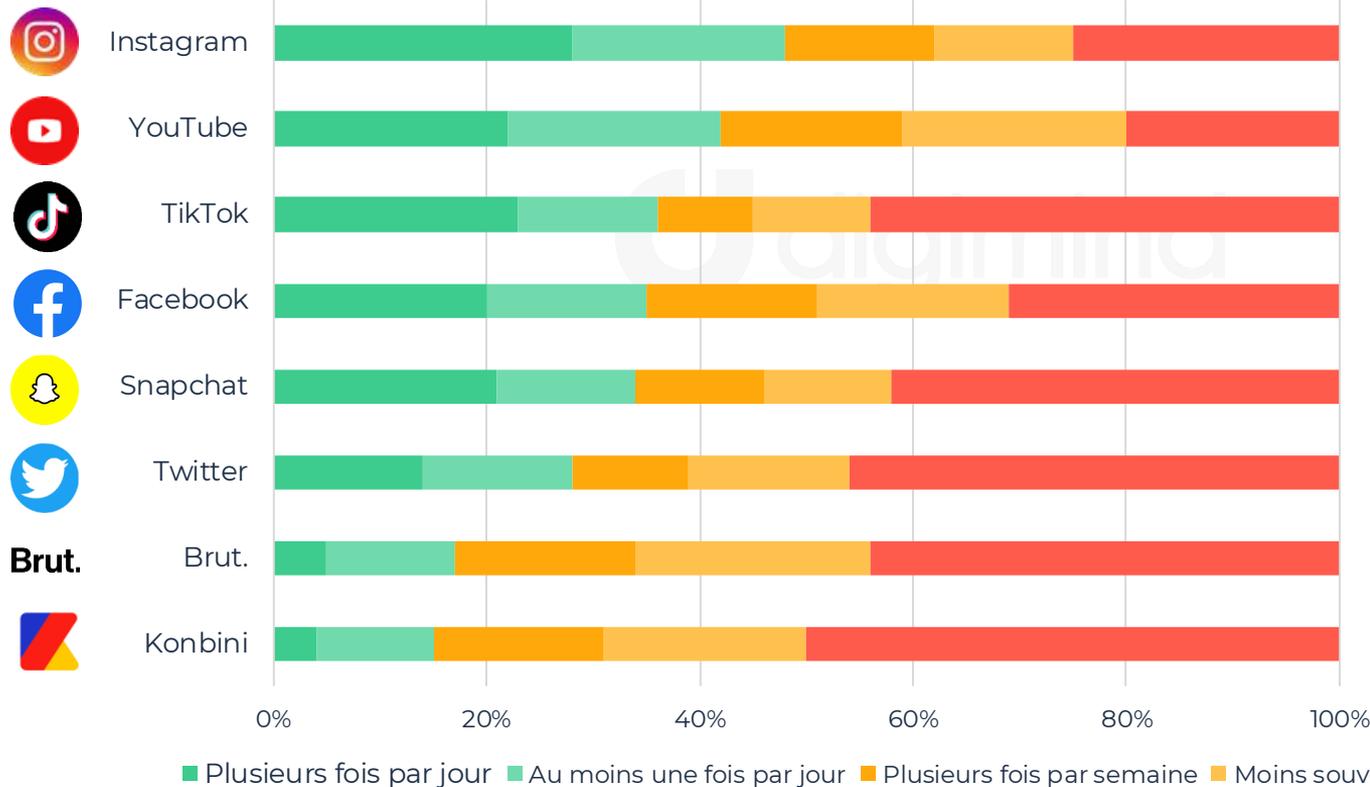


40%

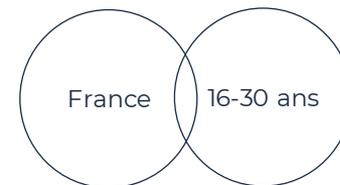
s'informent par des médias uniquement digitaux (Mediapart, Brut...).



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



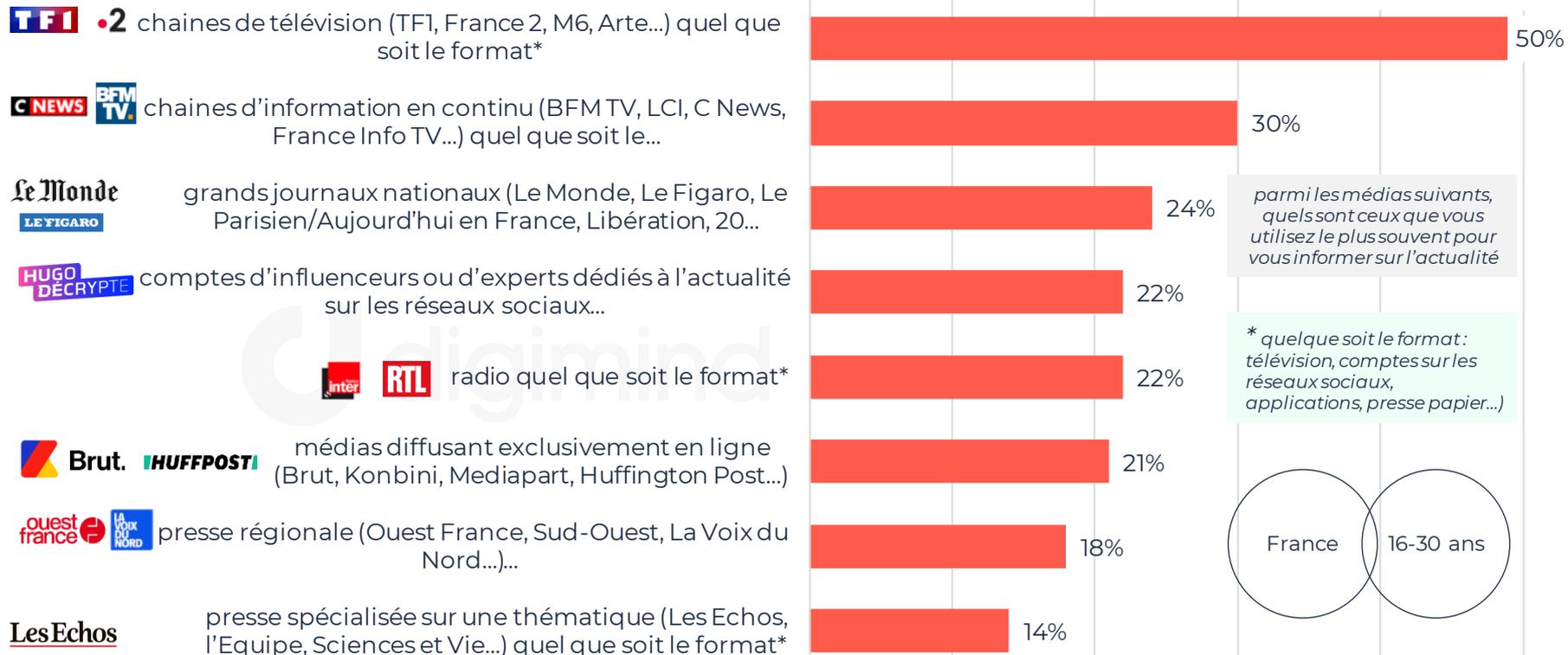
Pour chacune des sources d'informations suivantes, diriez-vous que vous les utilisez pour vous informer sur l'actualité



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%

réseaux sociaux pour s'informer

16-25 ans en France

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



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

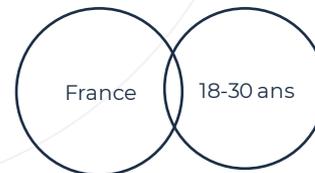


**67%**

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



**33%**

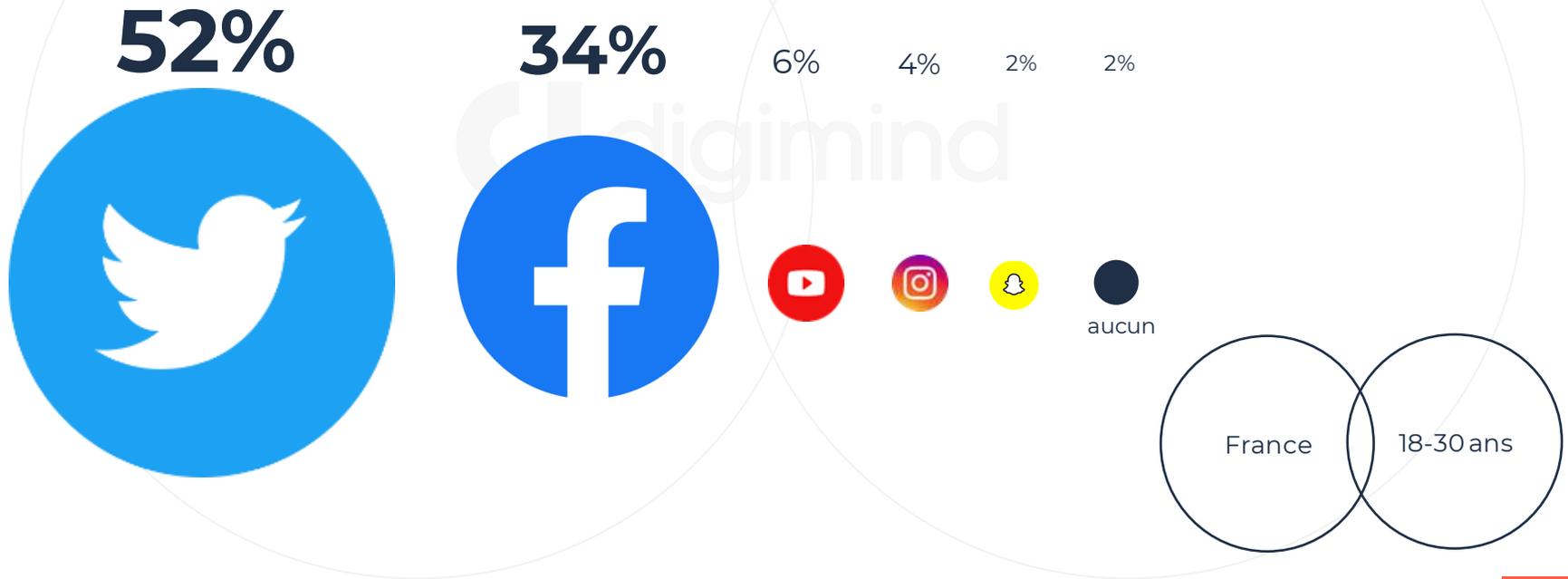


Source : #MoiJeune 20 Minutes - OpinionWay 2020

# 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



**+930 millions** de membres  
**CA 2022 : 13,8 milliards**



**+26 millions** de membres

**47,5%**



**52,5%**



**840 000 entreprises**

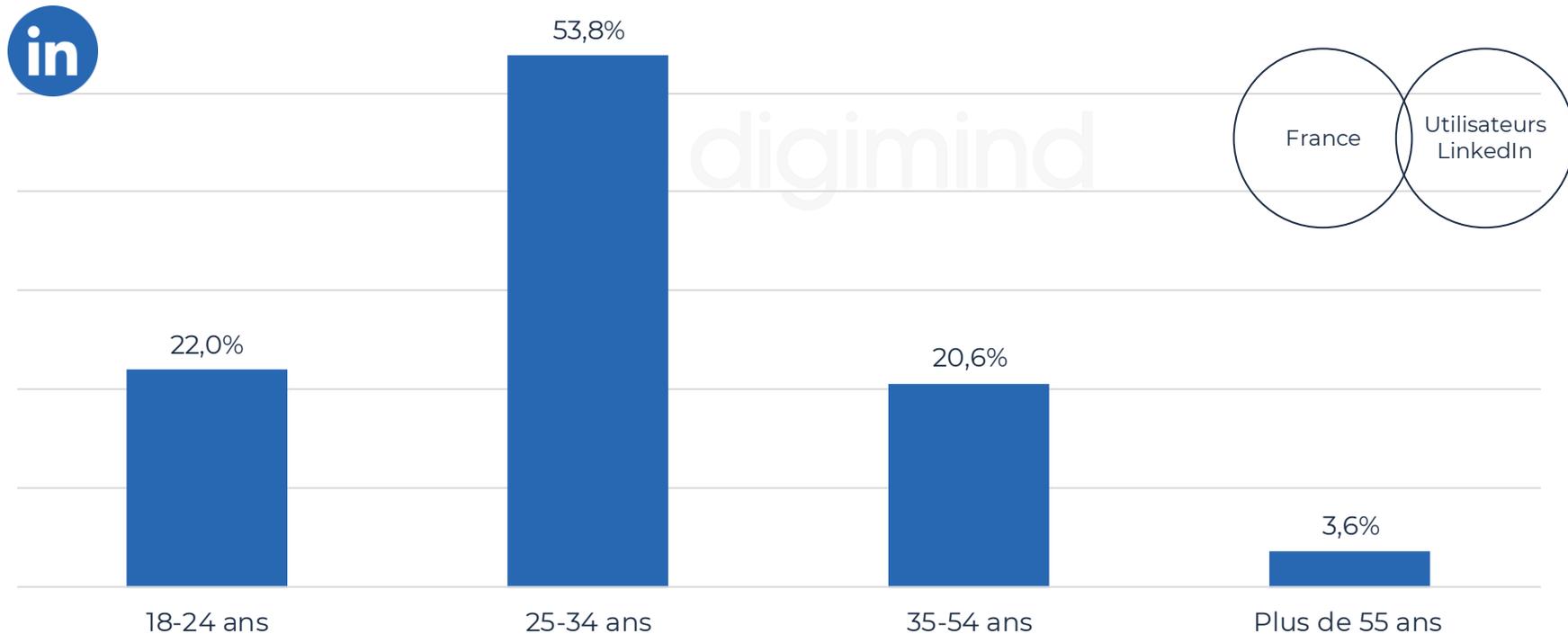


Sources : LinkedIn Corp. 2021-2022 -2023 Newsroom –Earnings Release FY21 Q4 FY22 Q2 - LinkedIn campaign manager- Audience cible France 2021

© 2022 LinkedIn Corp. [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)



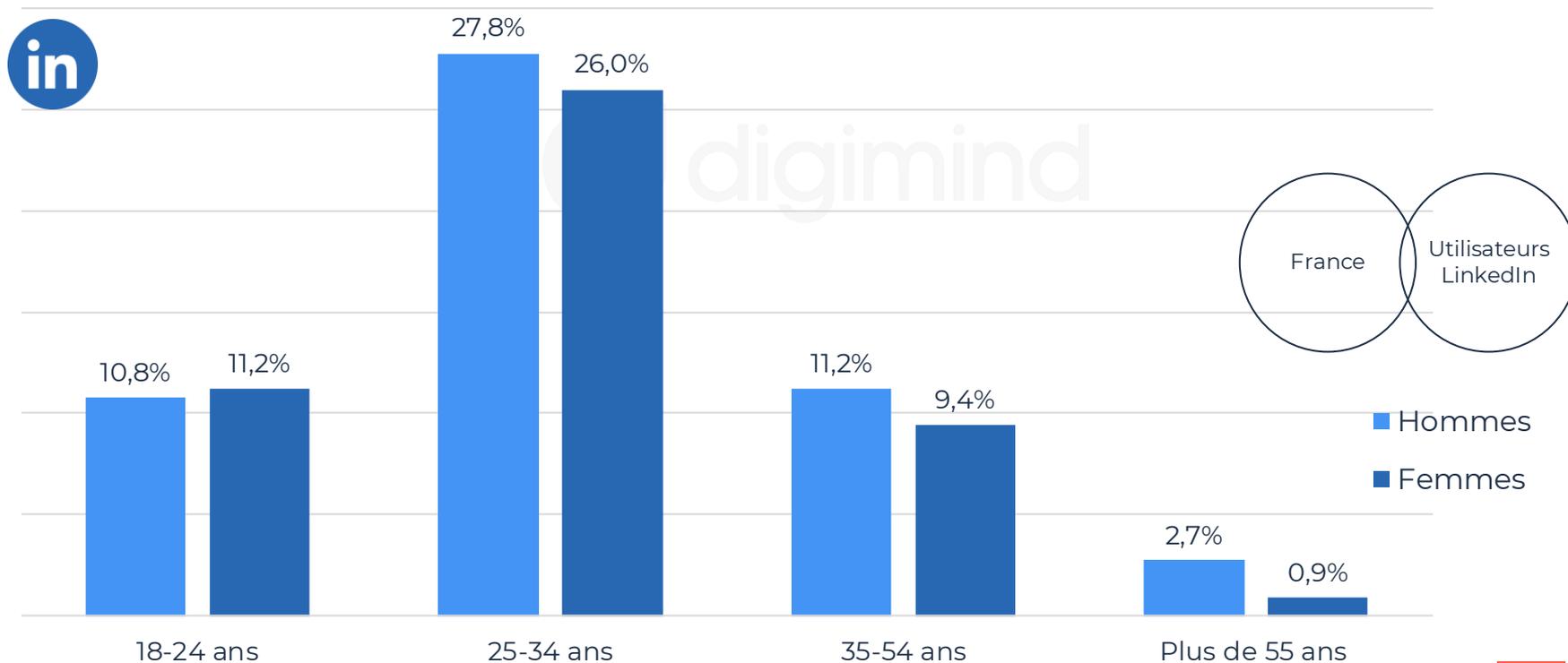
# Démographie : Age des utilisateurs de LinkedIn en France. 2023



Source Extrapolation données LinkedIn campaign manager- Audience cible mai 2023



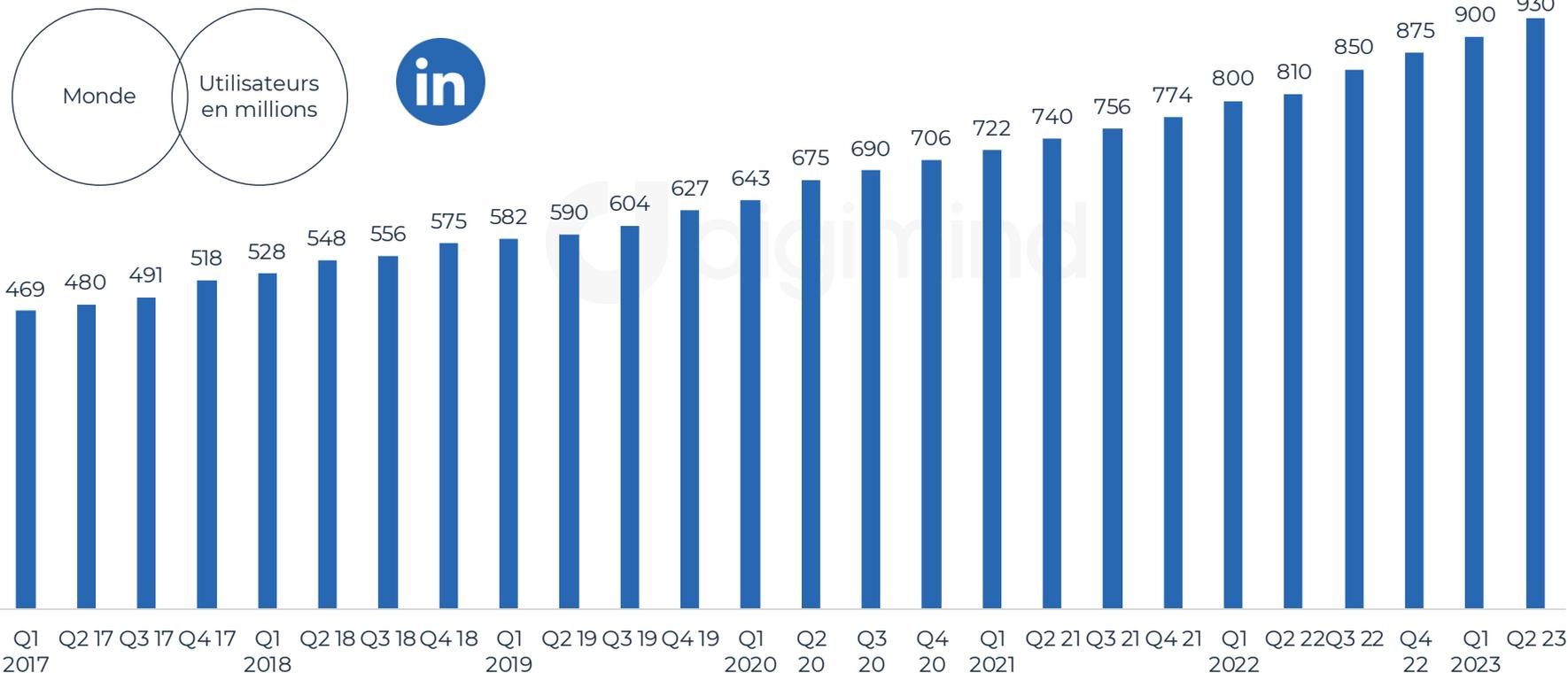
# Démographie : Age et genre des utilisateurs de LinkedIn en France.2023



Source Extrapolation données LinkedIn campaign manager- Audience cible France mai 2023



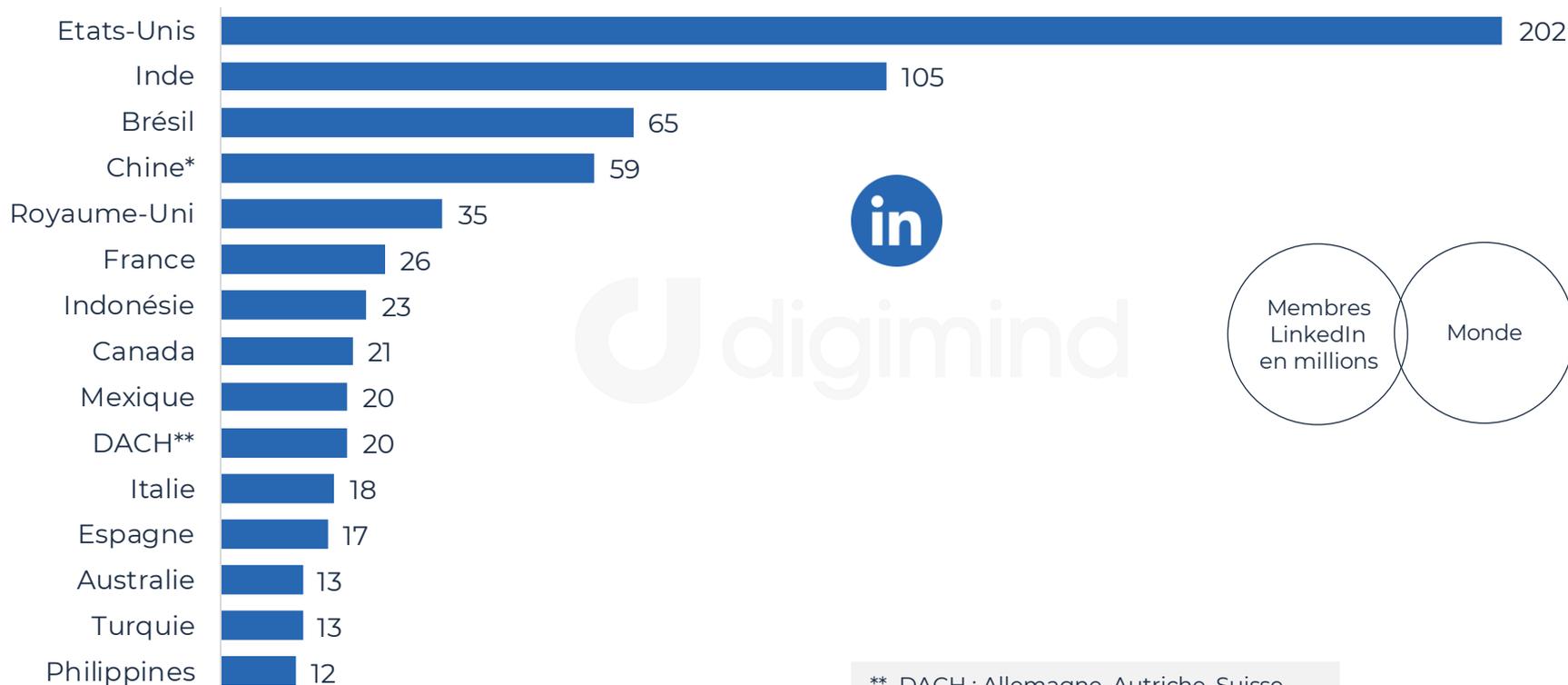
# Evolution des membres de LinkedIn dans le monde 2017-2023



Source Quarterly Earnings Release Microsoft – 2017-2023



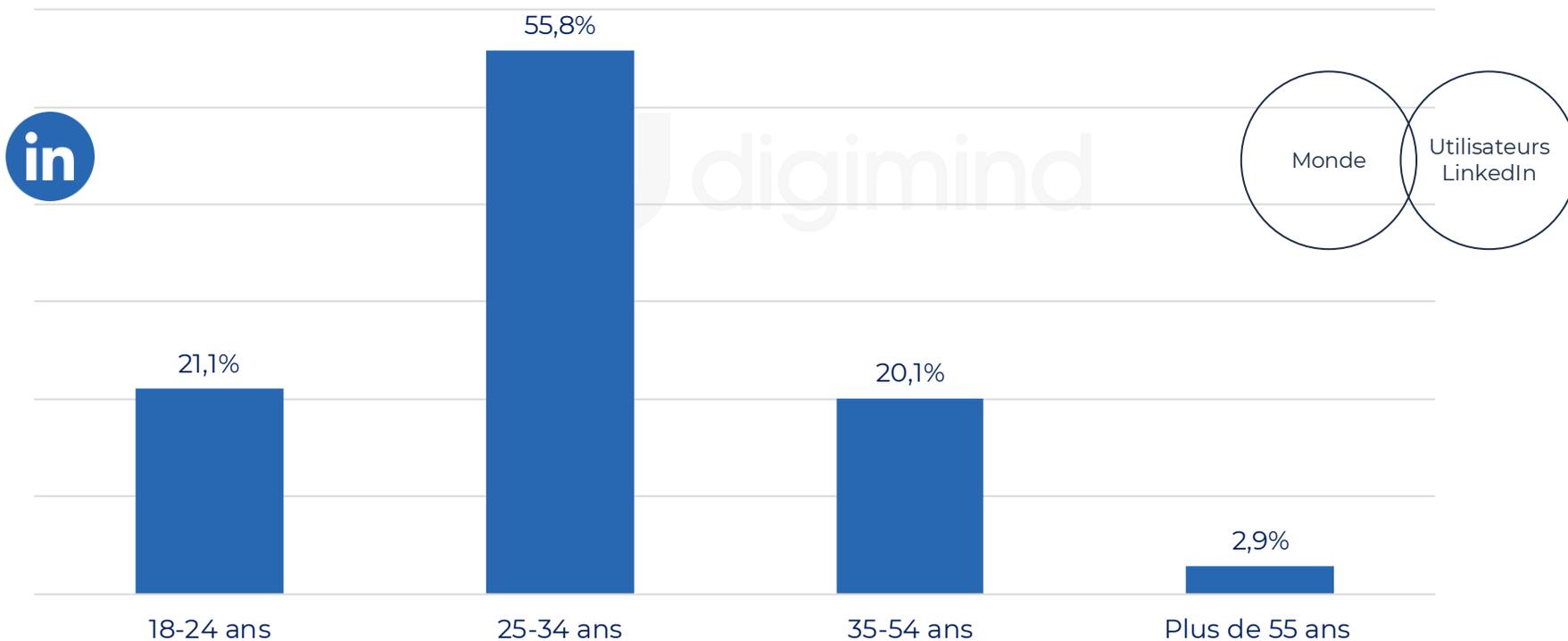
# Le top 15 des pays comptant le plus de membres sur LinkedIn. 2023



Source : LinkedIn Press room - Corporate Communications – 2023 - \* Activité limitée depuis décembre 2021 puis fermée en 2023 – InCarrer remplaçait LinkedIn



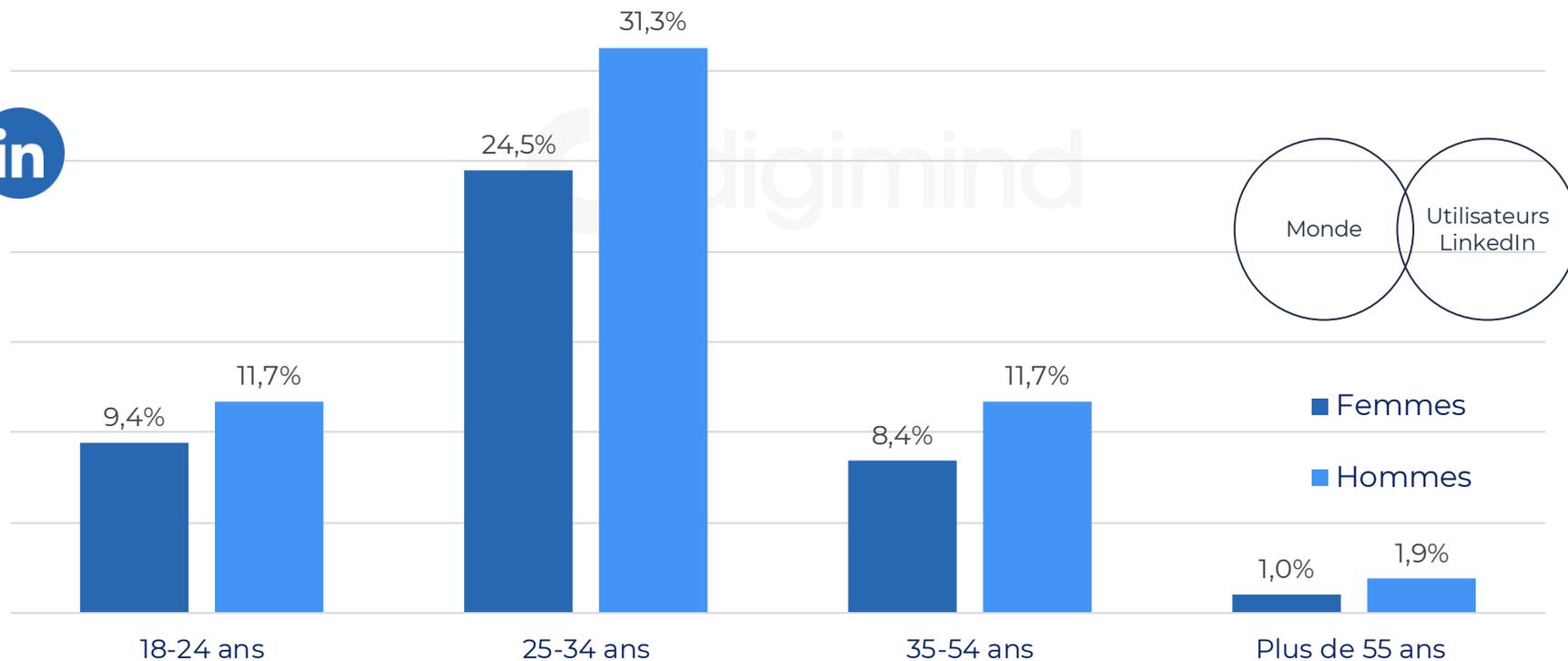
# Démographie : Age des utilisateurs de LinkedIn dans le Monde



Source Extrapolation données LinkedIn campaign manager- WeAreSocial Audience cible avril 2023



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



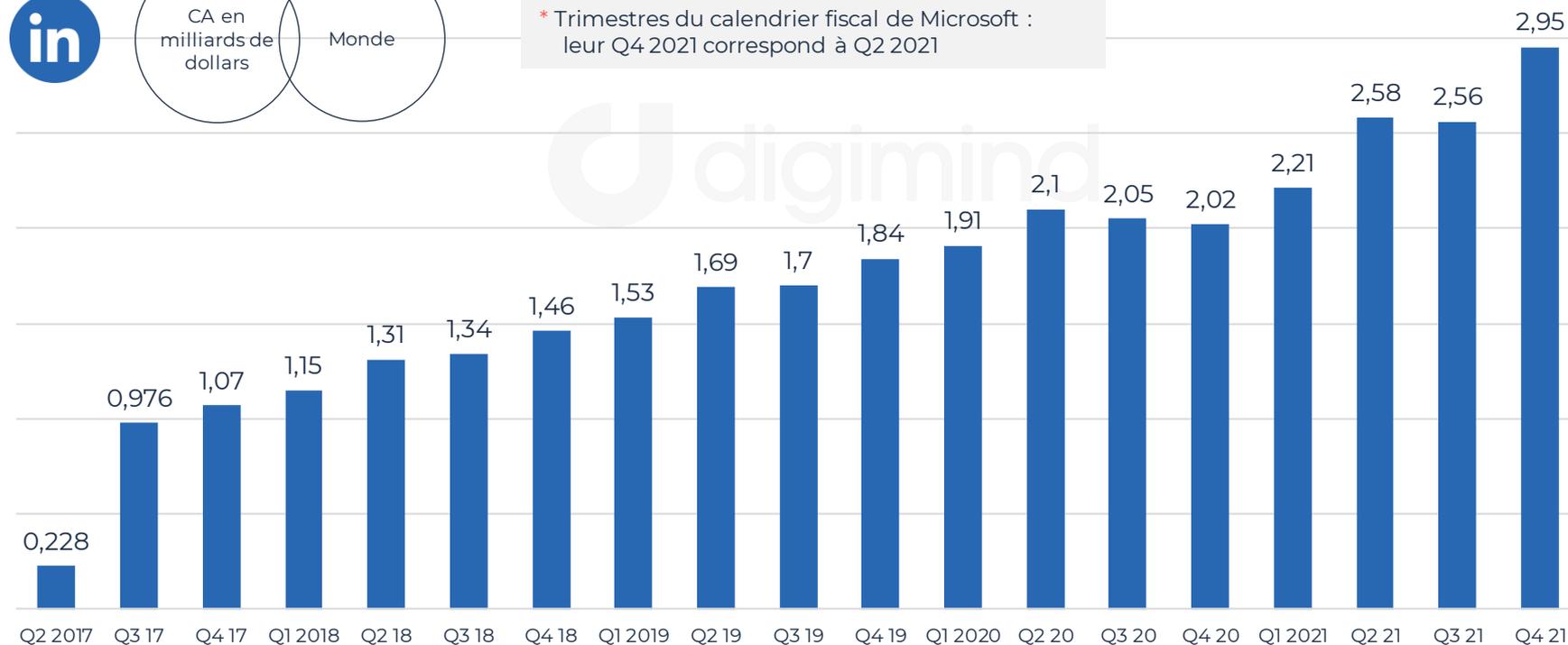
Source Extrapolation données LinkedIn campaign manager- WeAreSocial - Audience cible avril 2023



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



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



Source Quarterly Earnings Release Microsoft – GeekWire – B Q



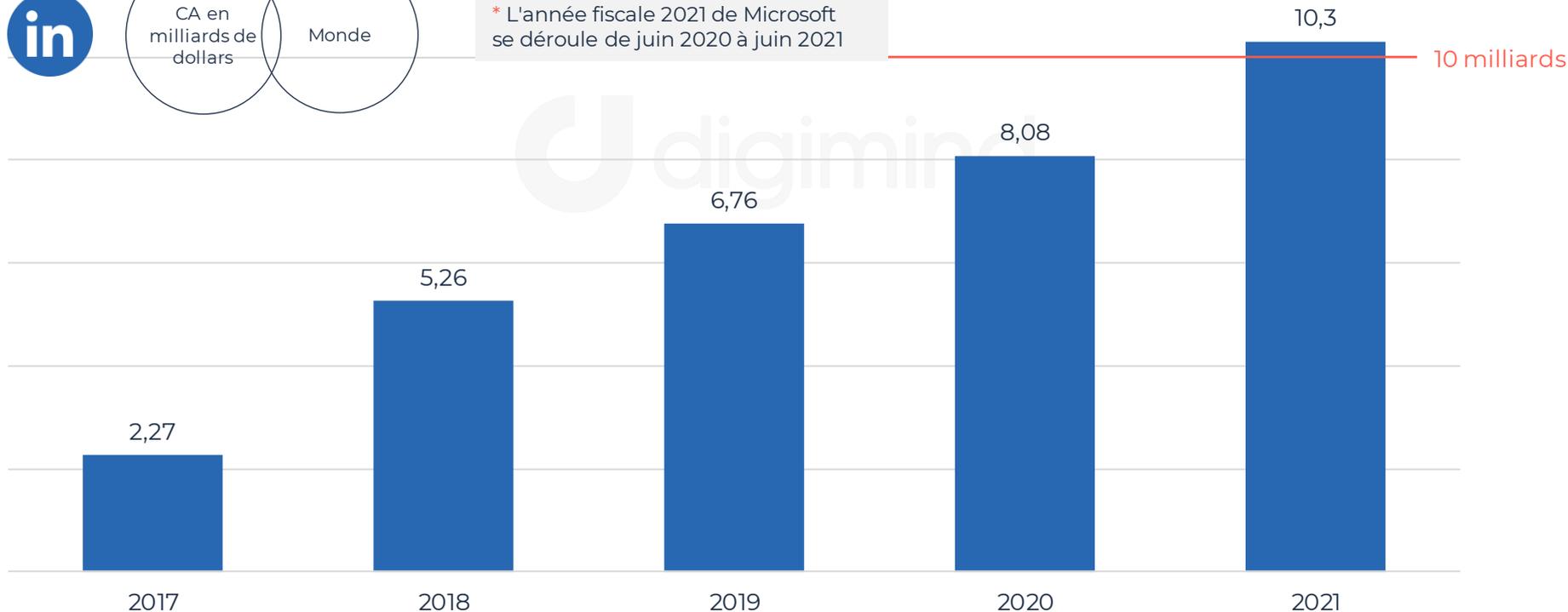
# Chiffre d'affaires annuel \* de LinkedIn (2017-2021)



CA en  
milliards de  
dollars

Monde

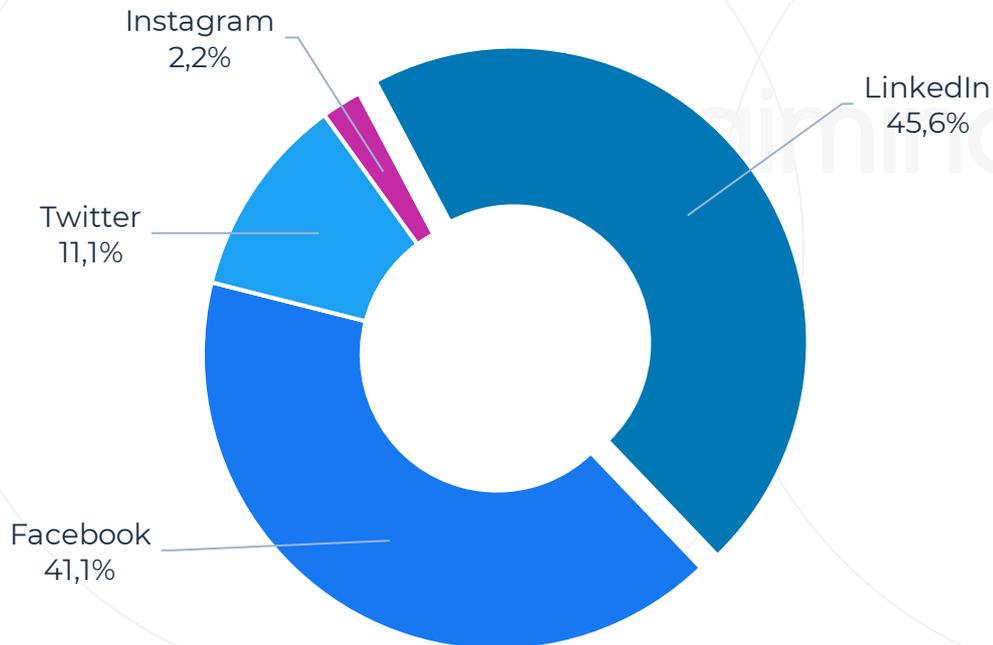
\* L'année fiscale 2021 de Microsoft se déroule de juin 2020 à juin 2021



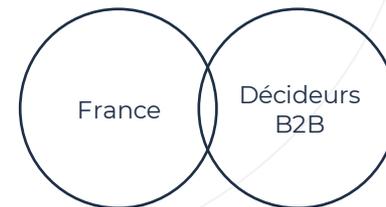
Source Quarterly Earnings Release Microsoft – GeekWire – B Qwant



# 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



# X (Twitter) -estimations



**206 millions** d'utilisateurs actifs journaliers monétisables

**564,1 millions** de reach potentiel



**12,8 millions** d'utilisateurs actifs mensuels

**14,05 millions** de reach potentiel



**40%**



**60%**

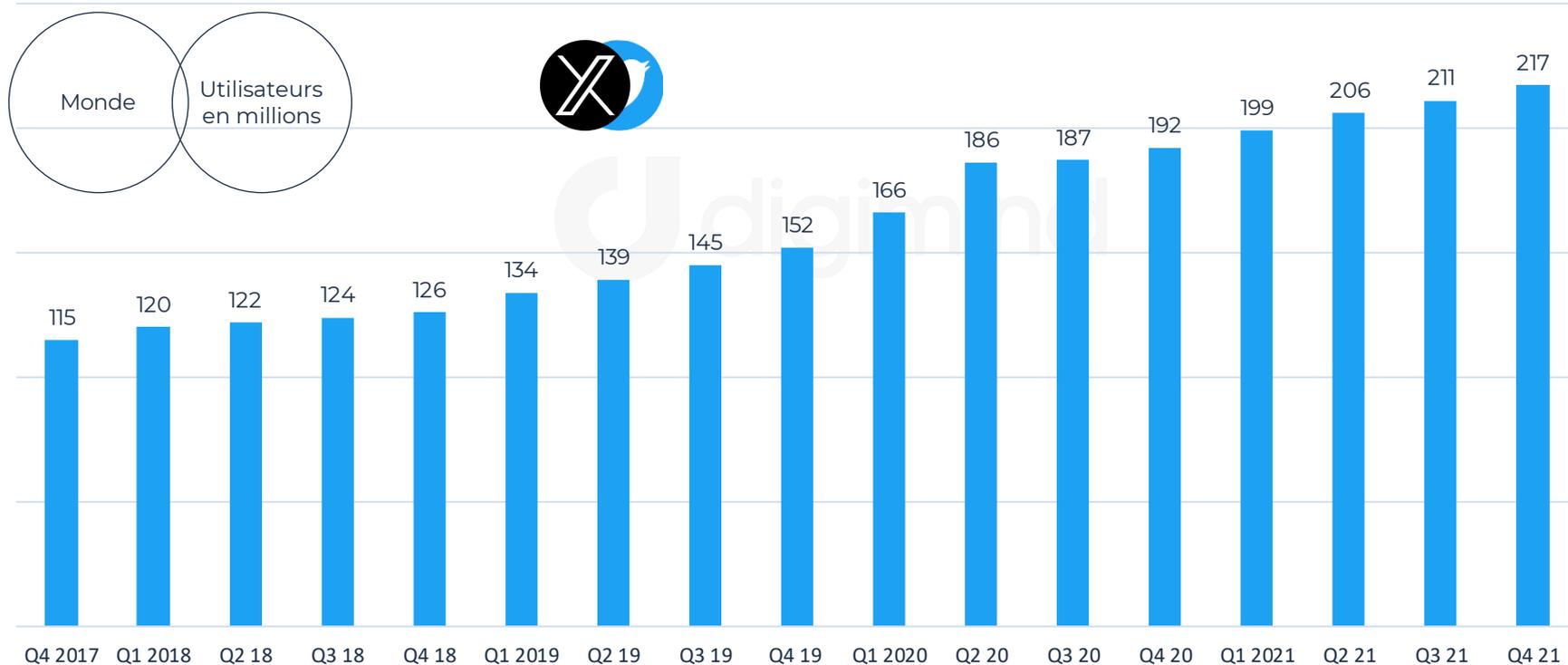


**25% de 25-34 ans**

Sources : Harris Interactive – Statista – We Are Social 2023



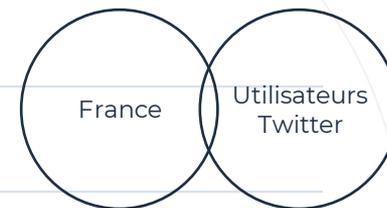
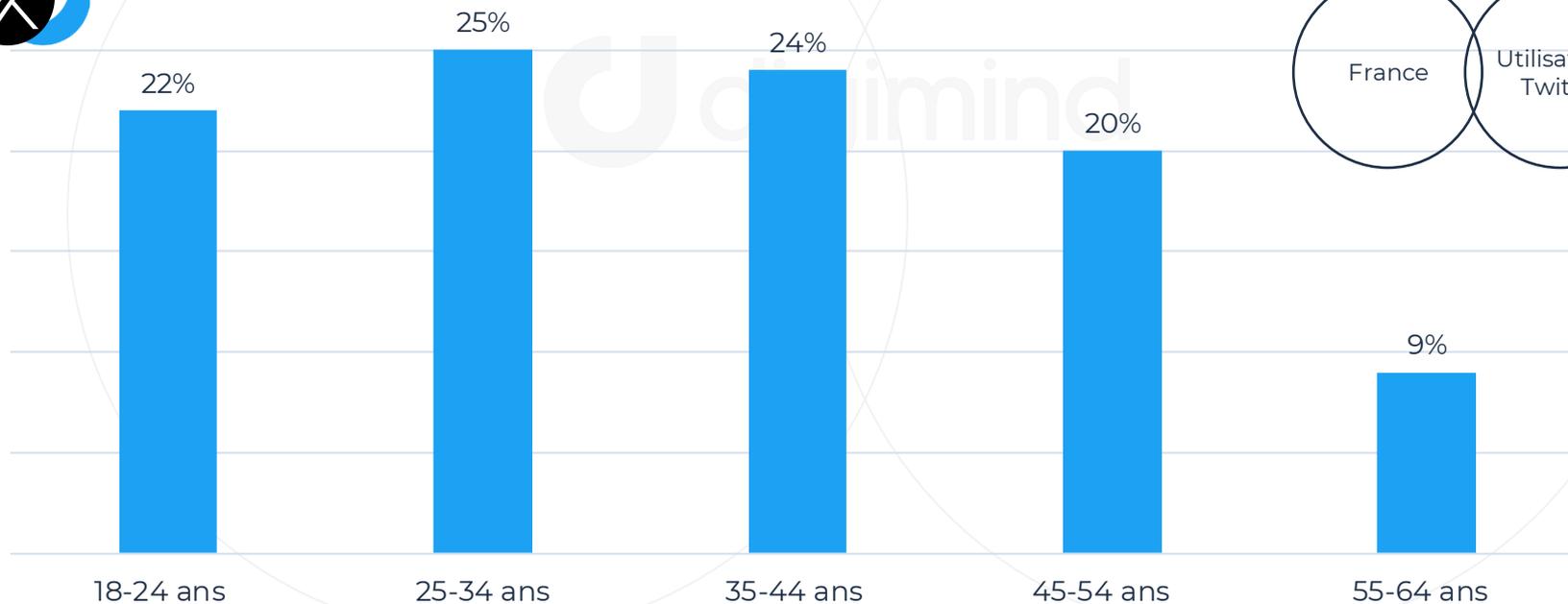
# Utilisateurs quotidiens actifs monétisables de X (Twitter) 2017-2021 (mDAUs)



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



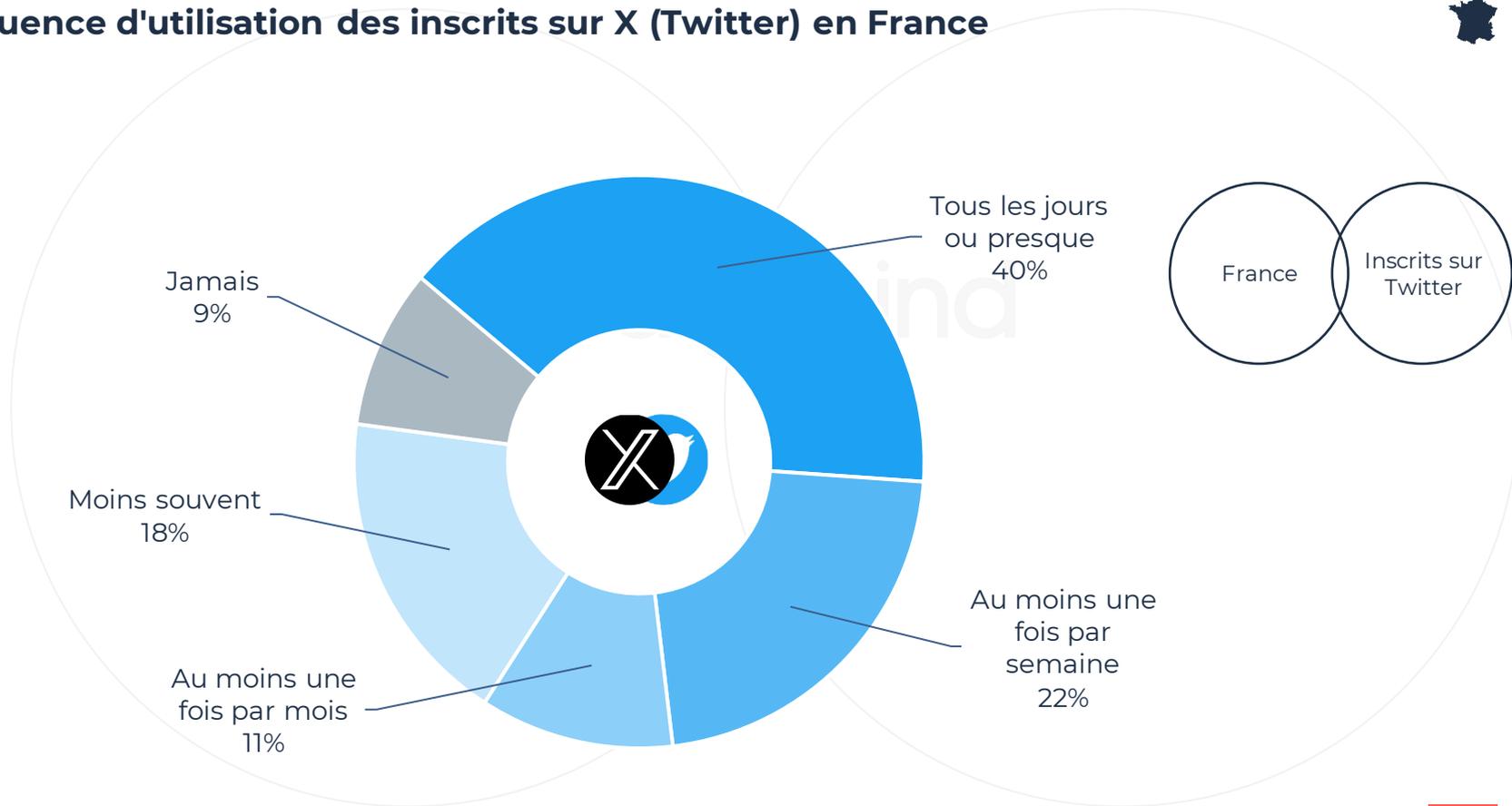
# Démographie : Age des utilisateurs de X (Twitter) en France



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



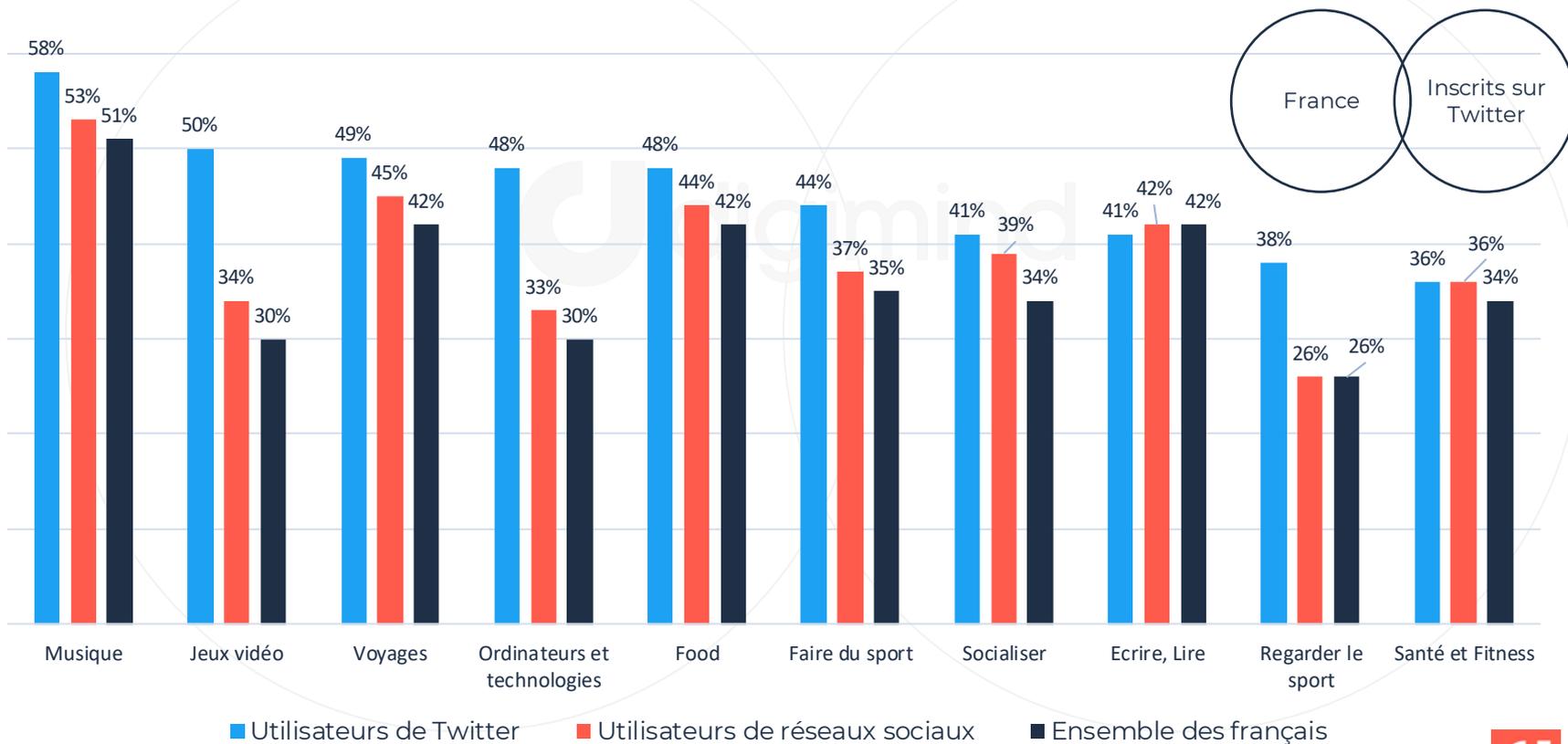
# Fréquence d'utilisation des inscrits sur X (Twitter) en France



Source : Etude IFOP-Les Français et Twitter - 2019



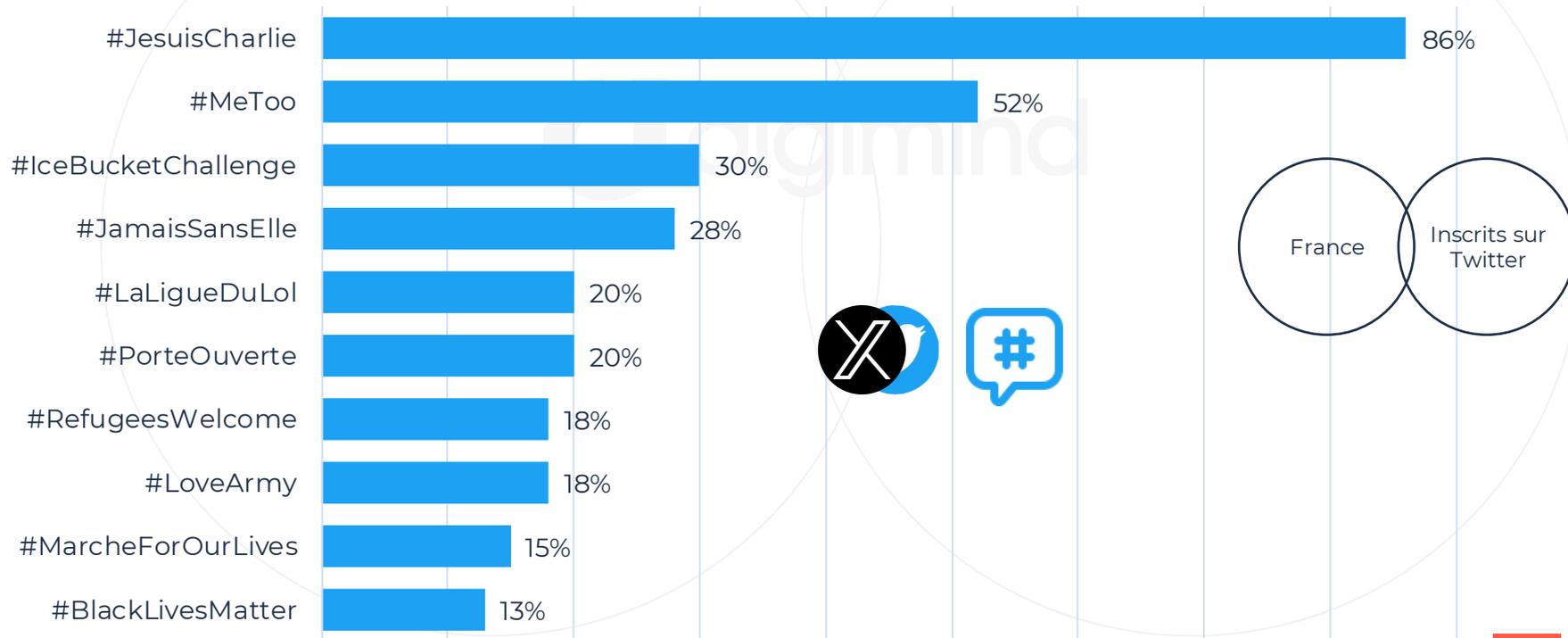
# Les principaux centres d'intérêts des utilisateurs de X (Twitter) en France



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



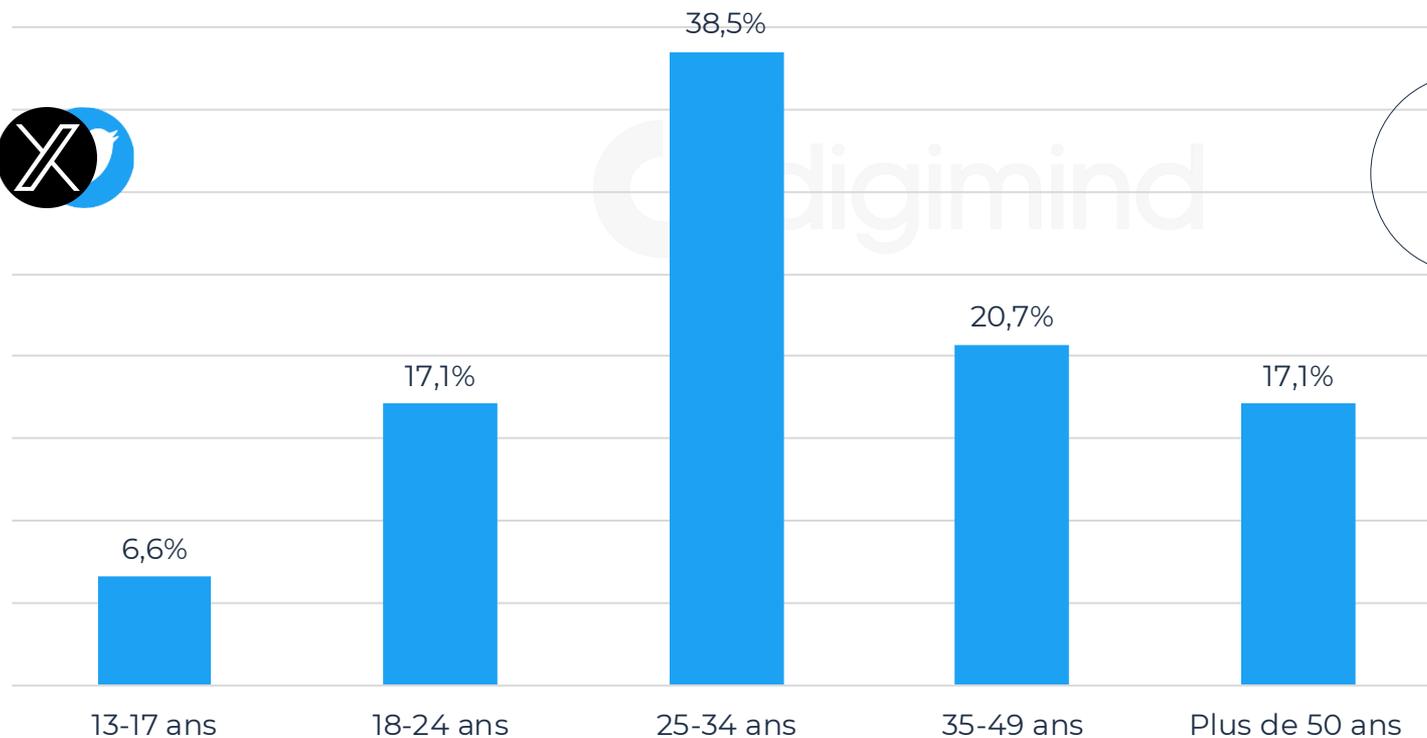
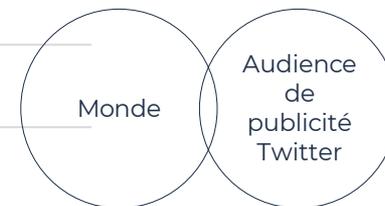
Source : Etude IFOP-Les Français et Twitter - 2019



# Démographie : Age de l'audience de X (Twitter) dans le monde



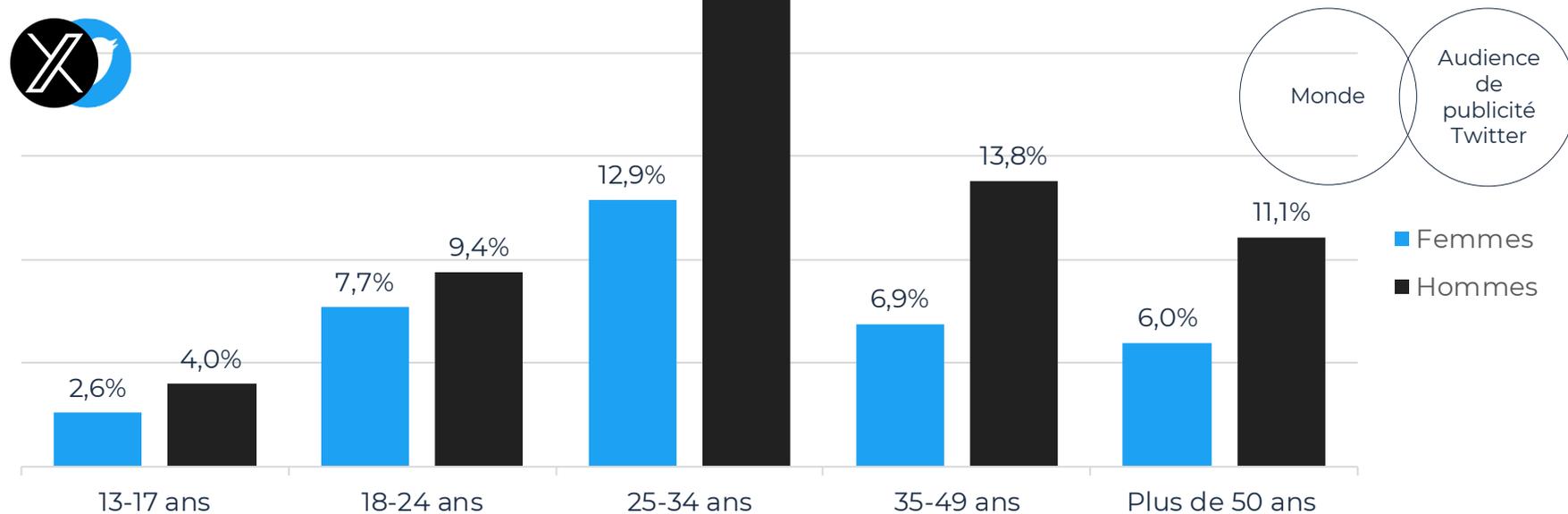
digimind



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.



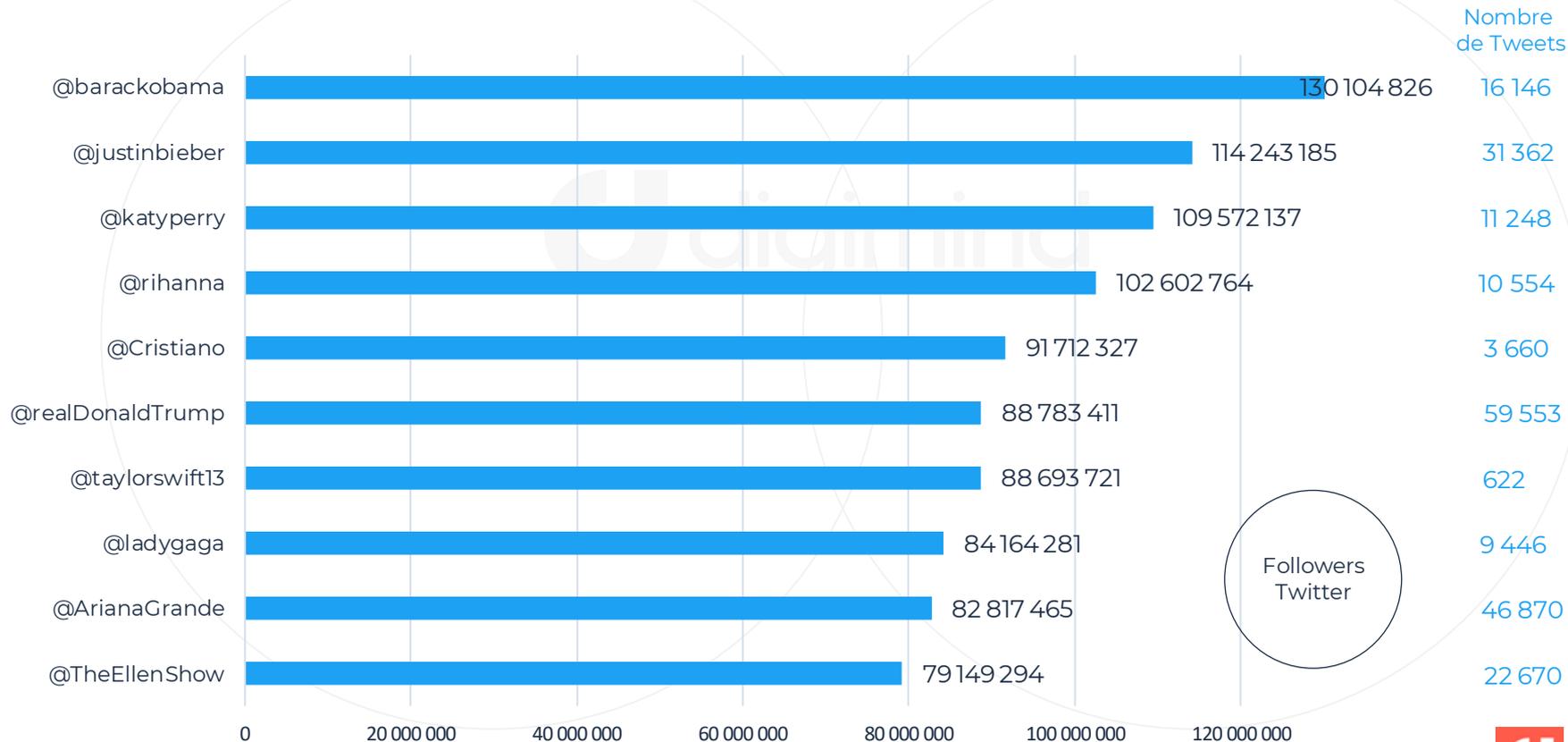
# Démographie : Age et genre de l'audience de X (Twitter) dans le monde



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.



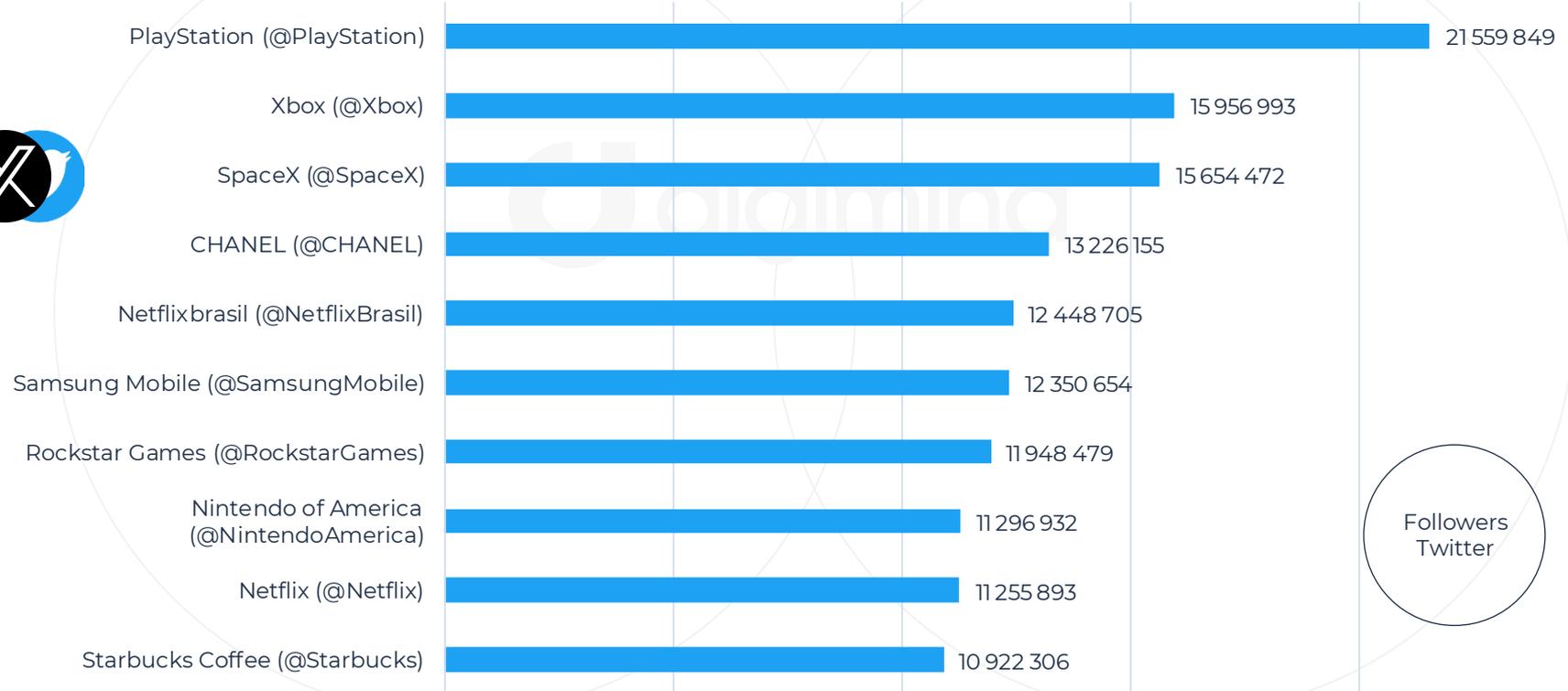
# Les comptes X (Twitter) les plus suivis dans le monde



Source : Social Blade mars 2021



# Les comptes des marques les plus suivies dans le monde sur X (Twitter)

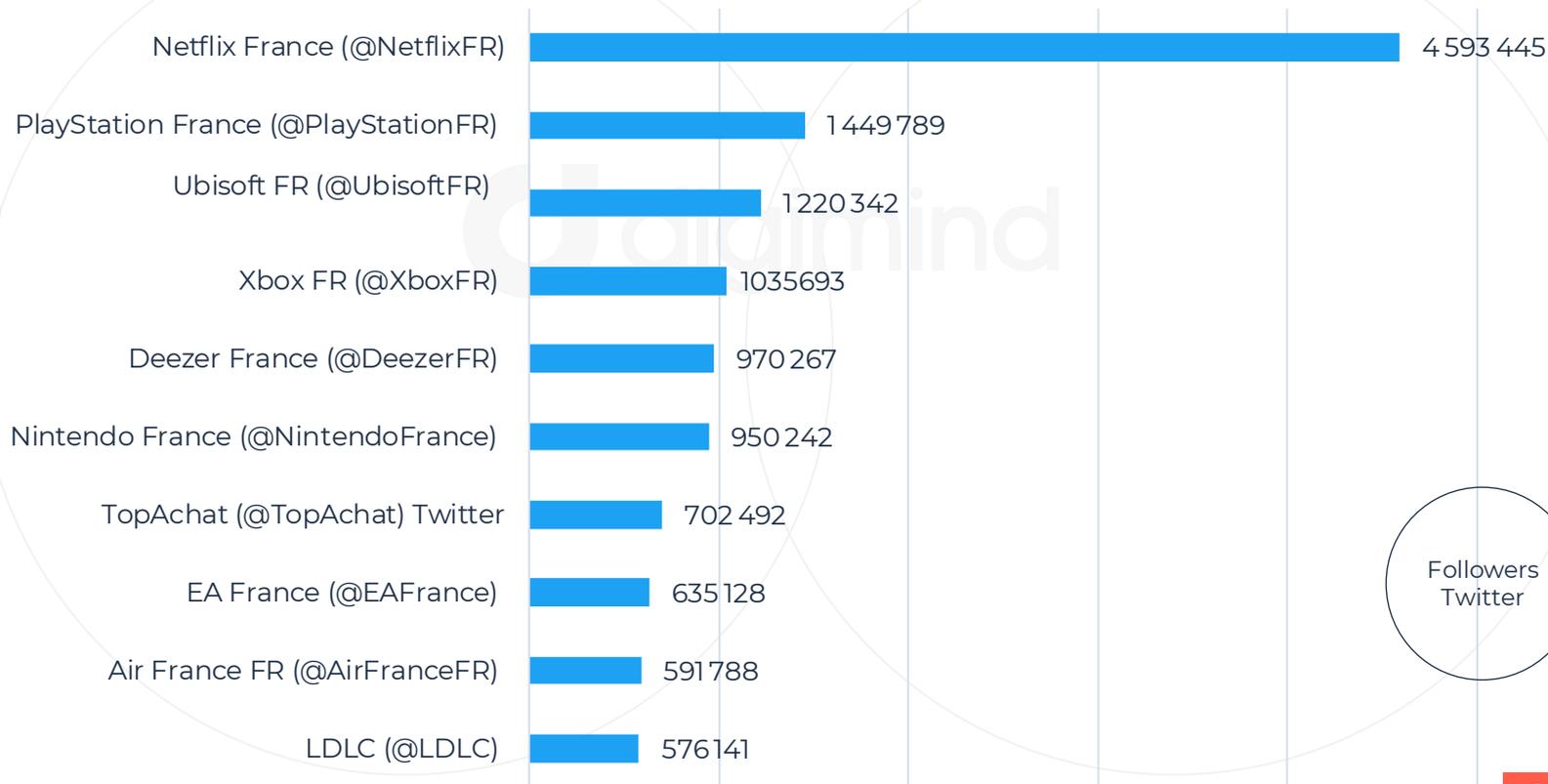


Followers  
Twitter

Source : Socialbakers mars 2021



# Les comptes des marques les plus suivies en France sur X (Twitter)

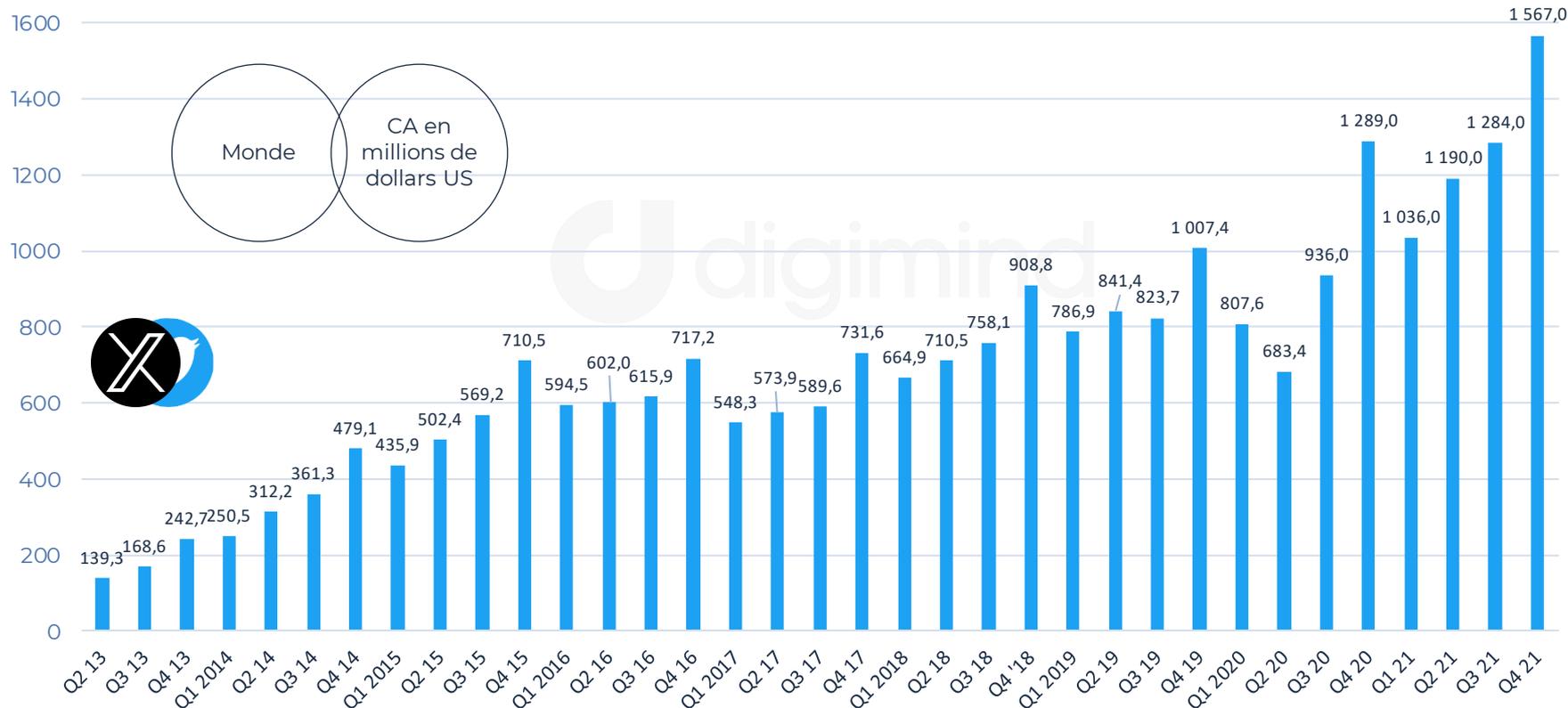


Followers  
Twitter

Source : Socialbakers avril 2021



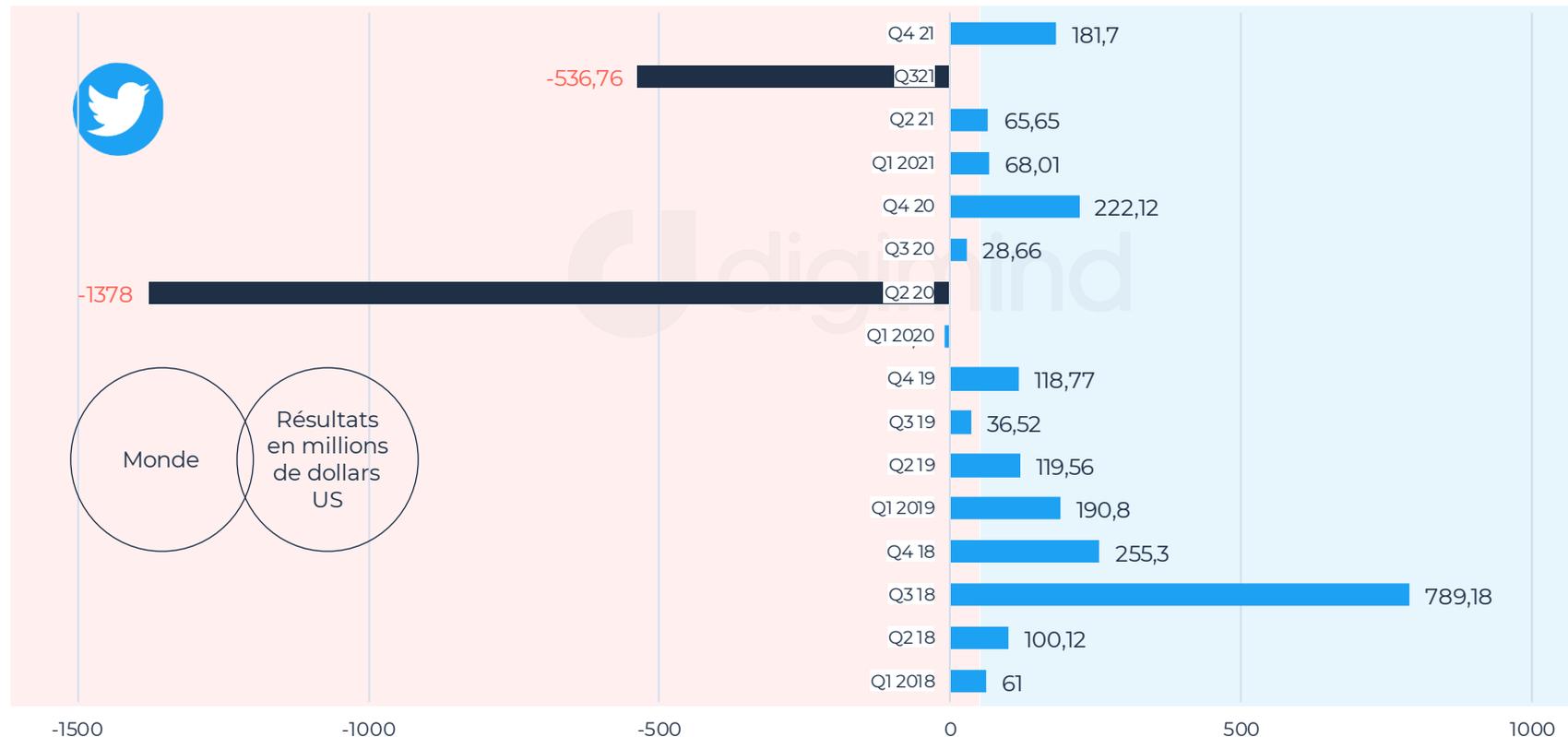
# Chiffre d'affaires trimestriel de X (Twitter) 2013-2021 (millions de dollars)



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

**52,5%**



**47,5%**



**61% des + de 15 ans**



**+28 millions**  
actifs dans des  
Groupes

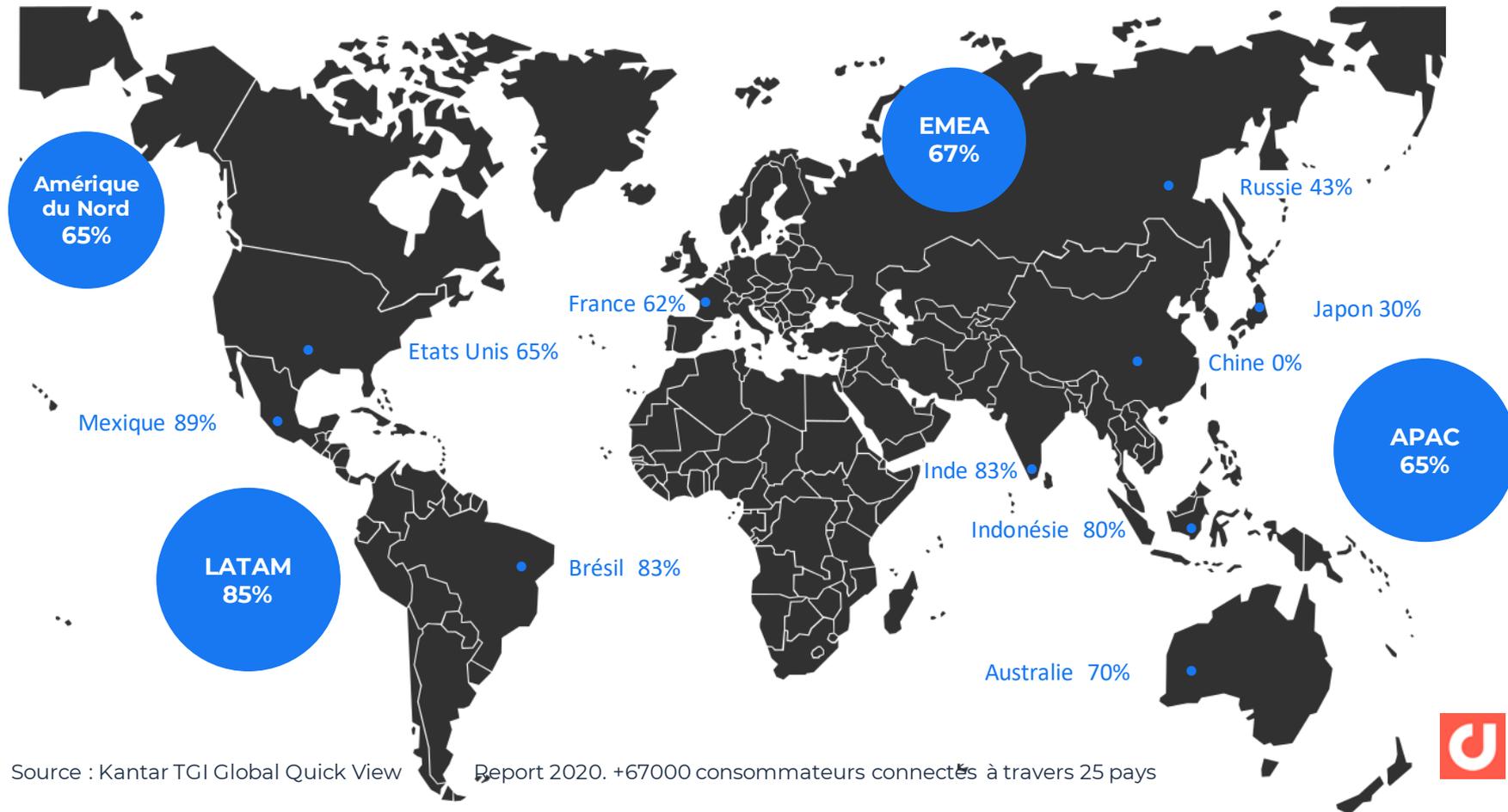


**2,989 milliards** d'utilisateurs mensuels

Sources : Facebook France - Harris Interactive – Fidji Simo , Facebook Inc. Juillet 2023 - Statista - WeAreSocial



# 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 2020-2023 par régions (DAUs)



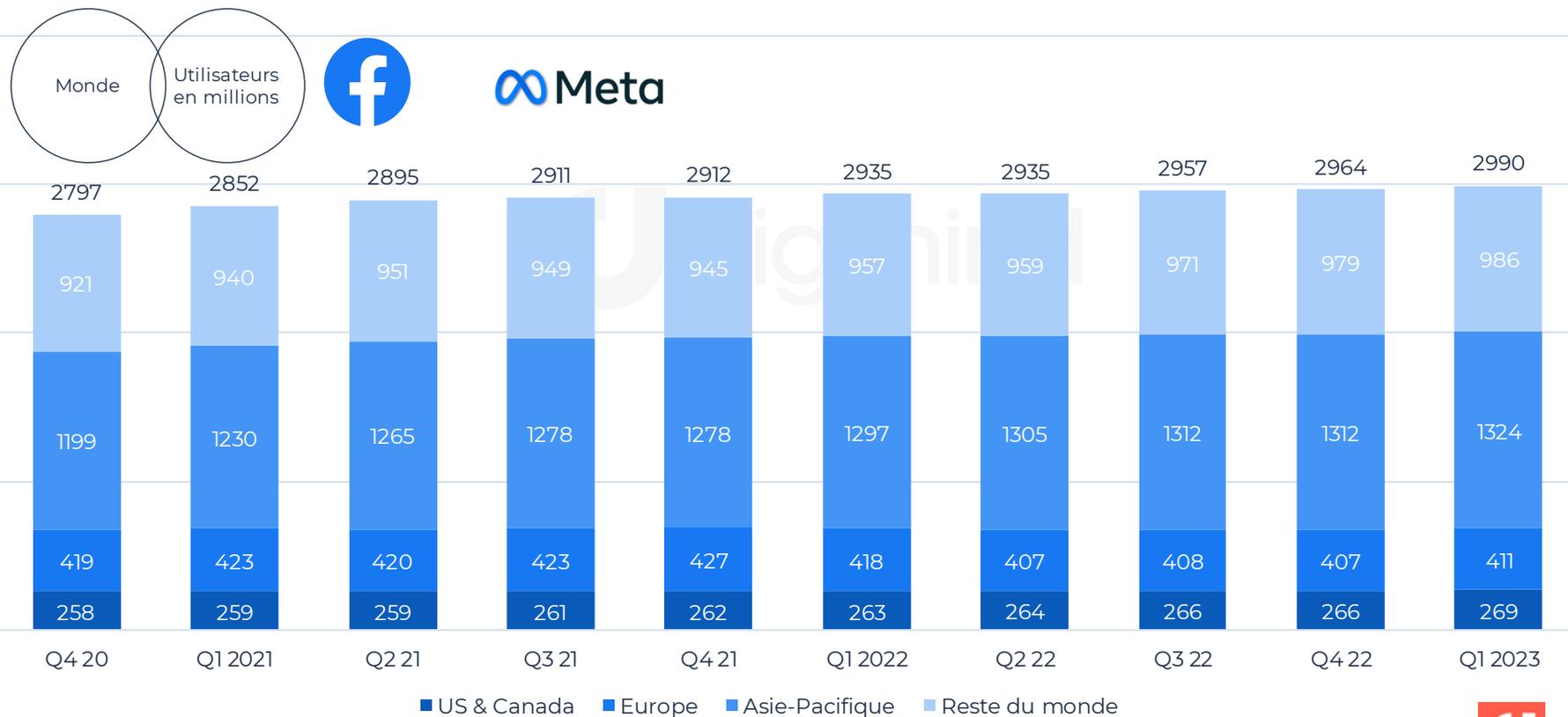
Meta



Source : Facebook Inc, Earnings Releases – Earnings Presentations



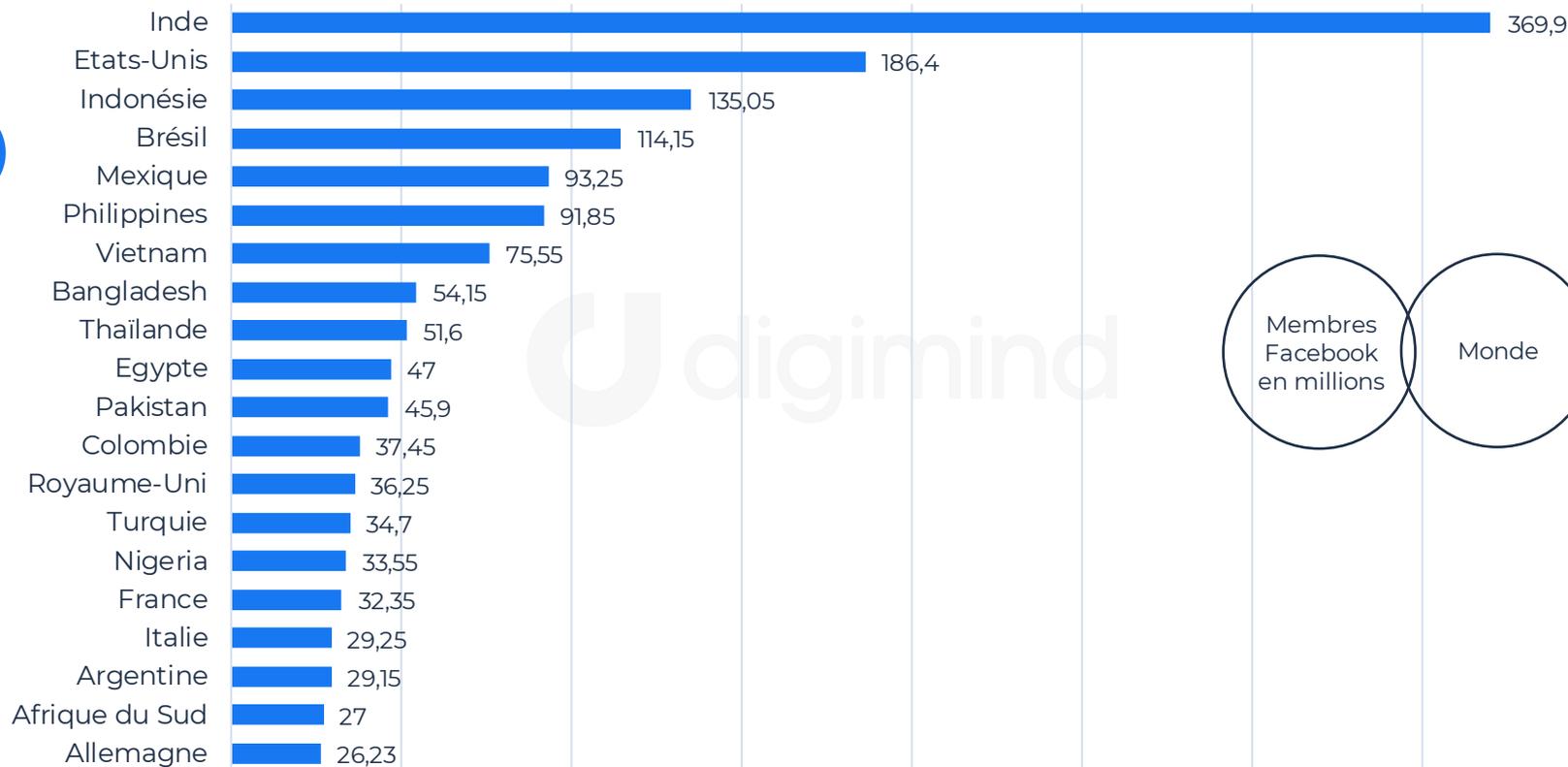
# Utilisateurs actifs mensuels de Facebook 2020-2023 par régions (MAUs)



Source : Facebook Inc, Earnings Releases – Earnings Presentations



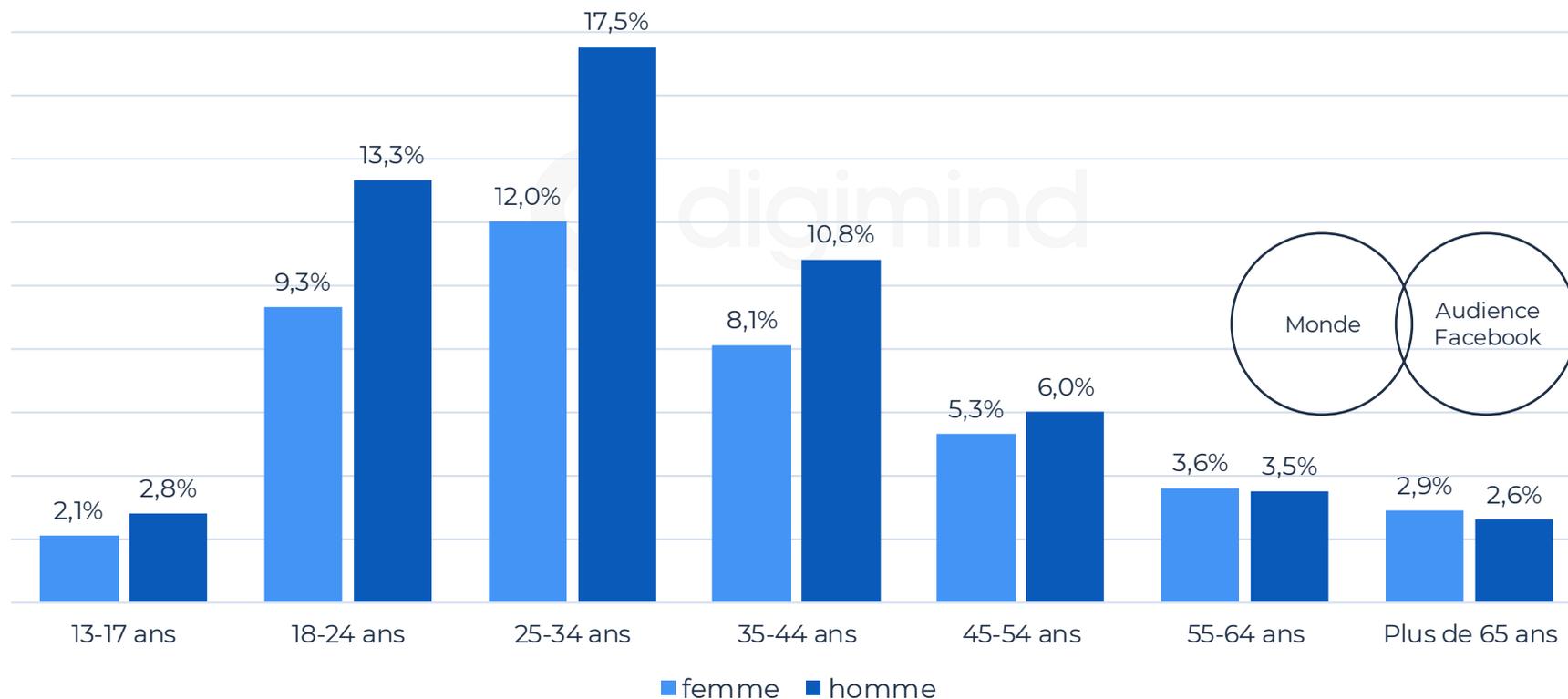
# Le Top 20 des pays comptant le plus de membres sur Facebook



Source : We Are Social DataReportal avril 2023. Répartition de l'audience potentielle extrapolée à partir du Facebook Ads Manager. L'audience de la publicité peut-être différente des utilisateurs actifs uniques.



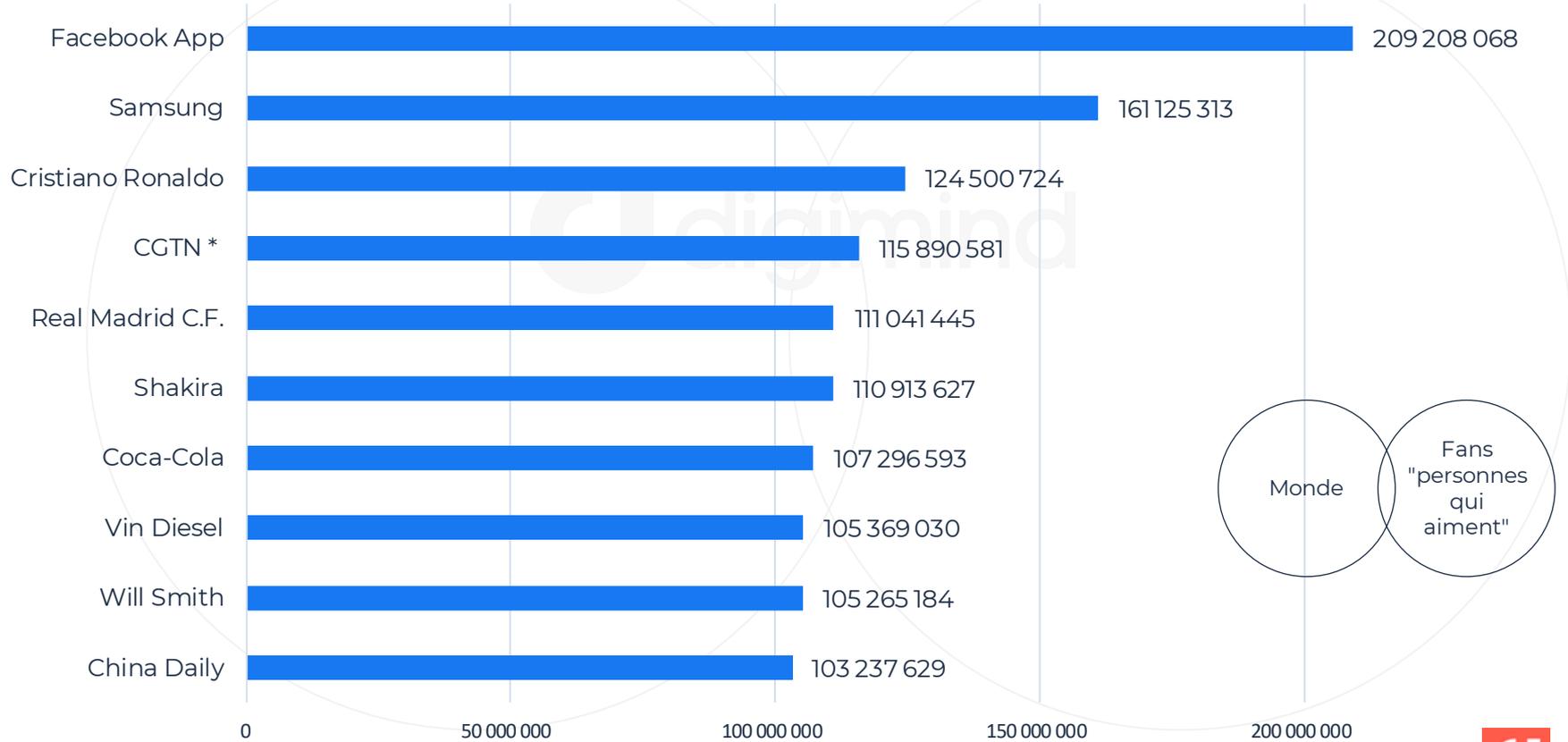
# Profils de l'audience de Facebook dans le monde par âge et sexe



Source : We Are Social DataReportal 2023 avril. Répartition de l'audience potentielle extrapolée à partir du Facebook Ads Manager. L'audience de la publicité peut-être différente des utilisateurs actifs uniques.



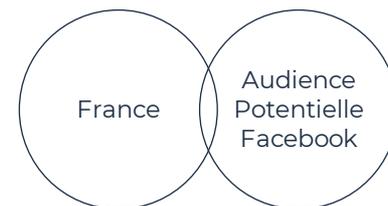
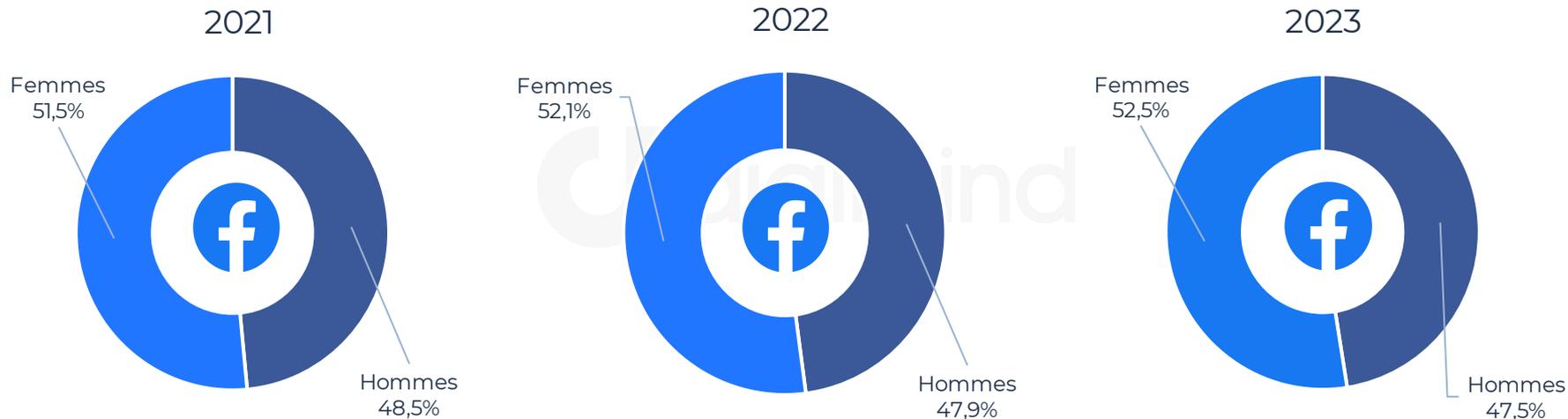
# Les comptes Facebook les plus suivis dans le monde



Source : Social Blade avril 2021



# Profils de l'audience de Facebook en France 2021-2022-2023 par sexe



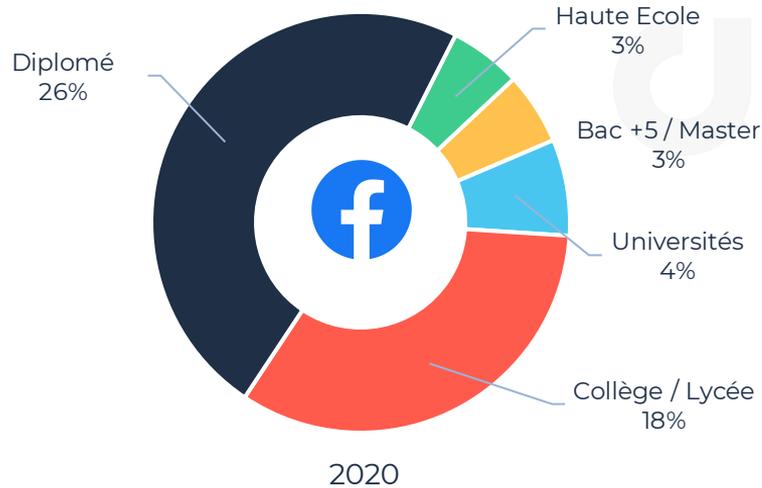
Source : Profilage de l'audience potentielle Facebook Ads- We Are Social DataReportal France - février 2021 -2022 2023 - audience potentielle



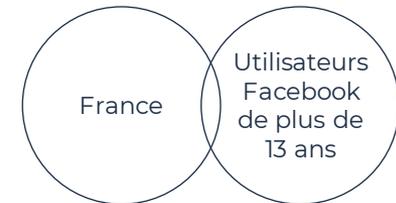
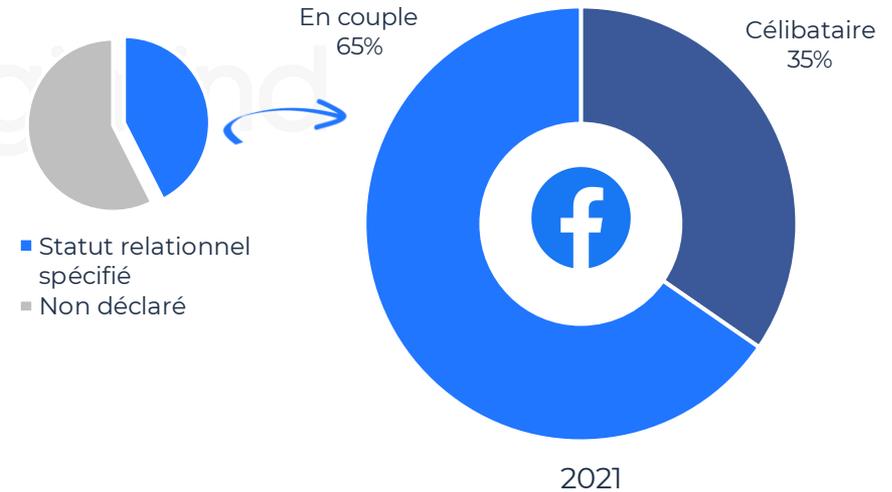
# Profils des utilisateurs Facebook en France : statut relationnel et éducation



Niveau d'éducation utilisateurs Facebook en France

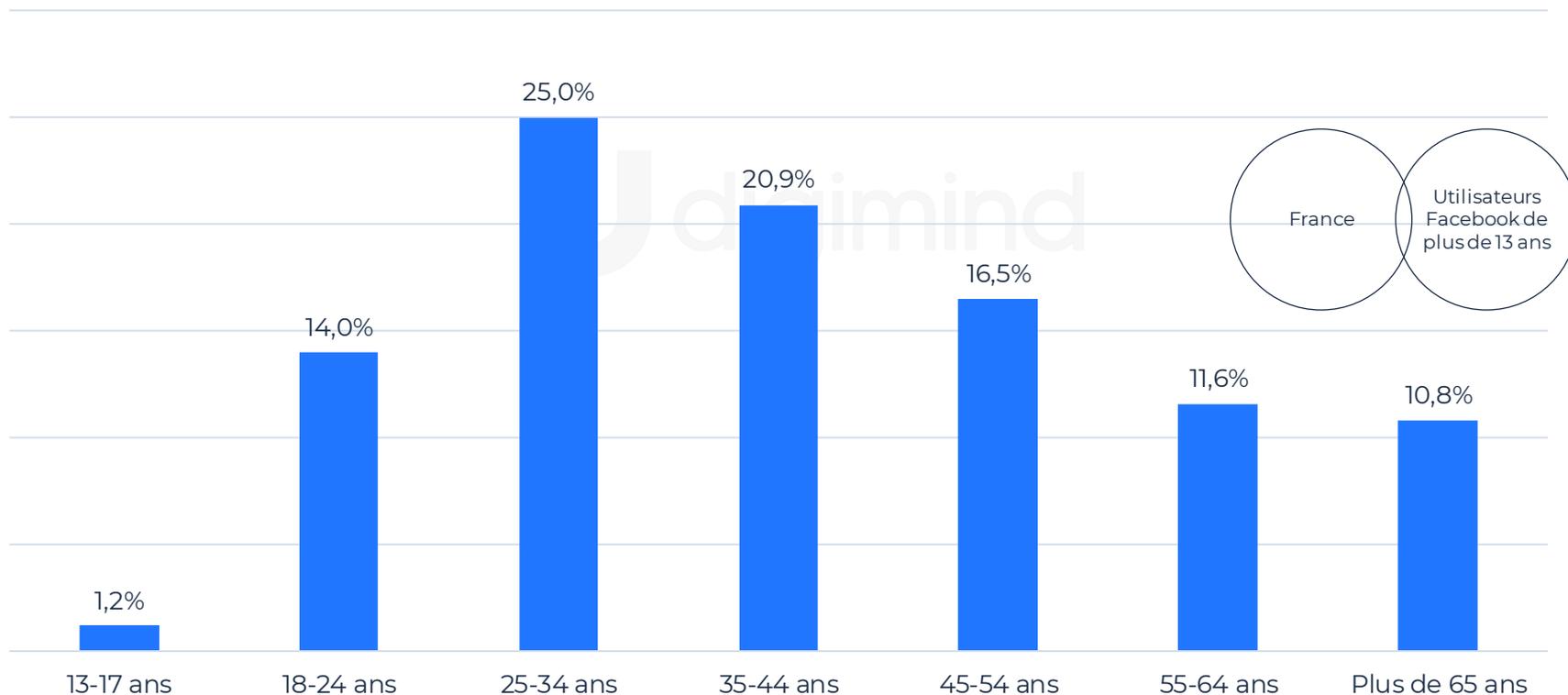


Statut relationnel déclaré utilisateurs Facebook France



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

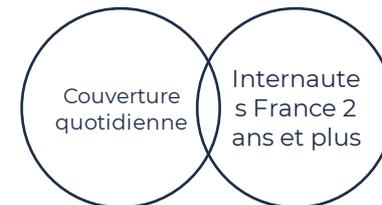
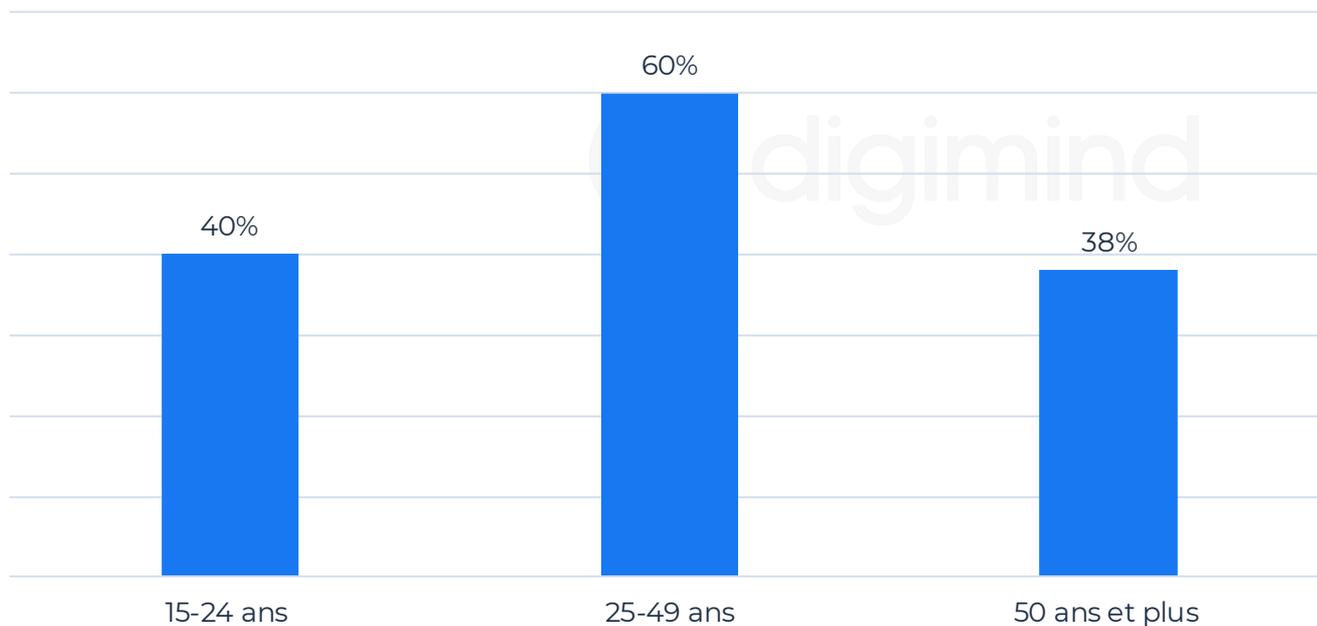
# Profils de l'audience Facebook en France par âge



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



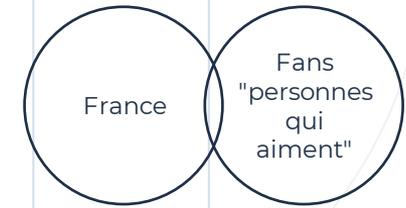
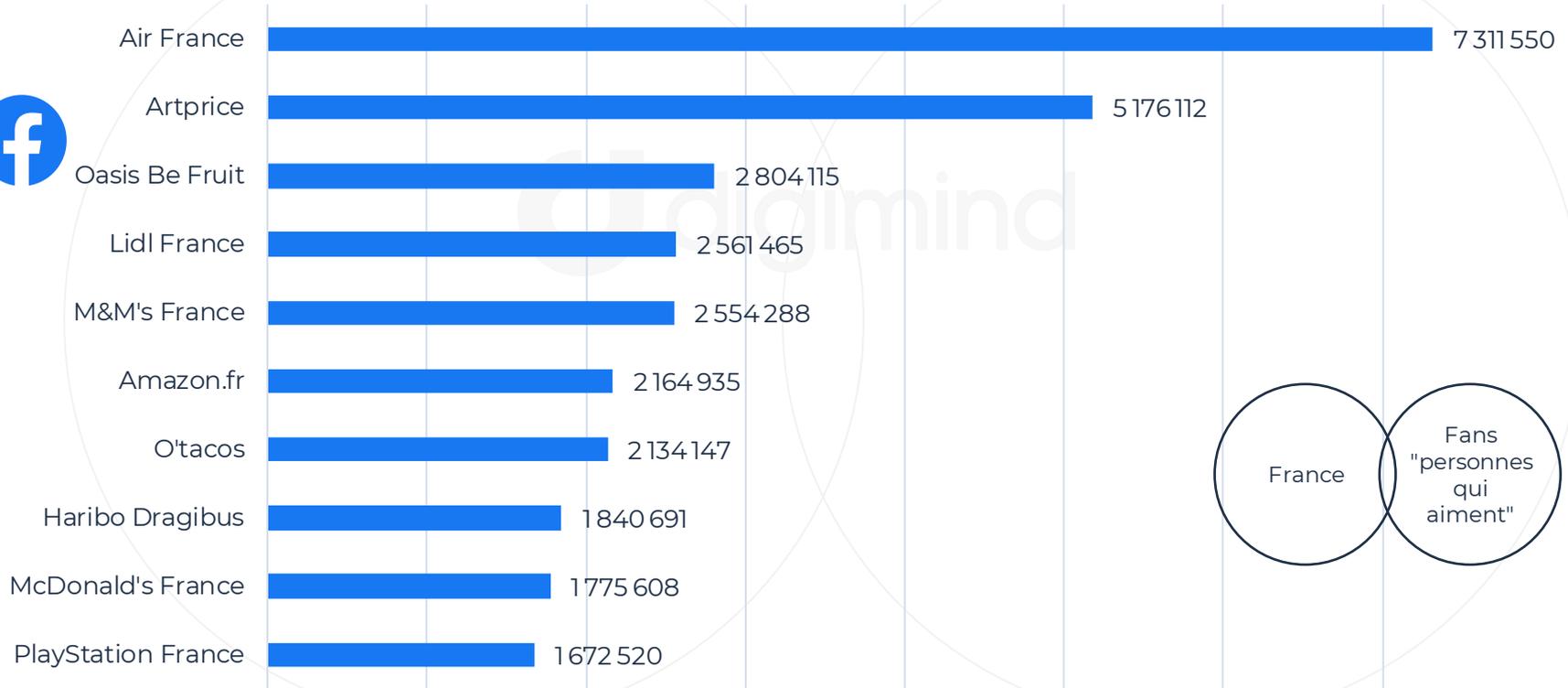
# Présence quotidienne sur Facebook par tranches d'âge. France



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



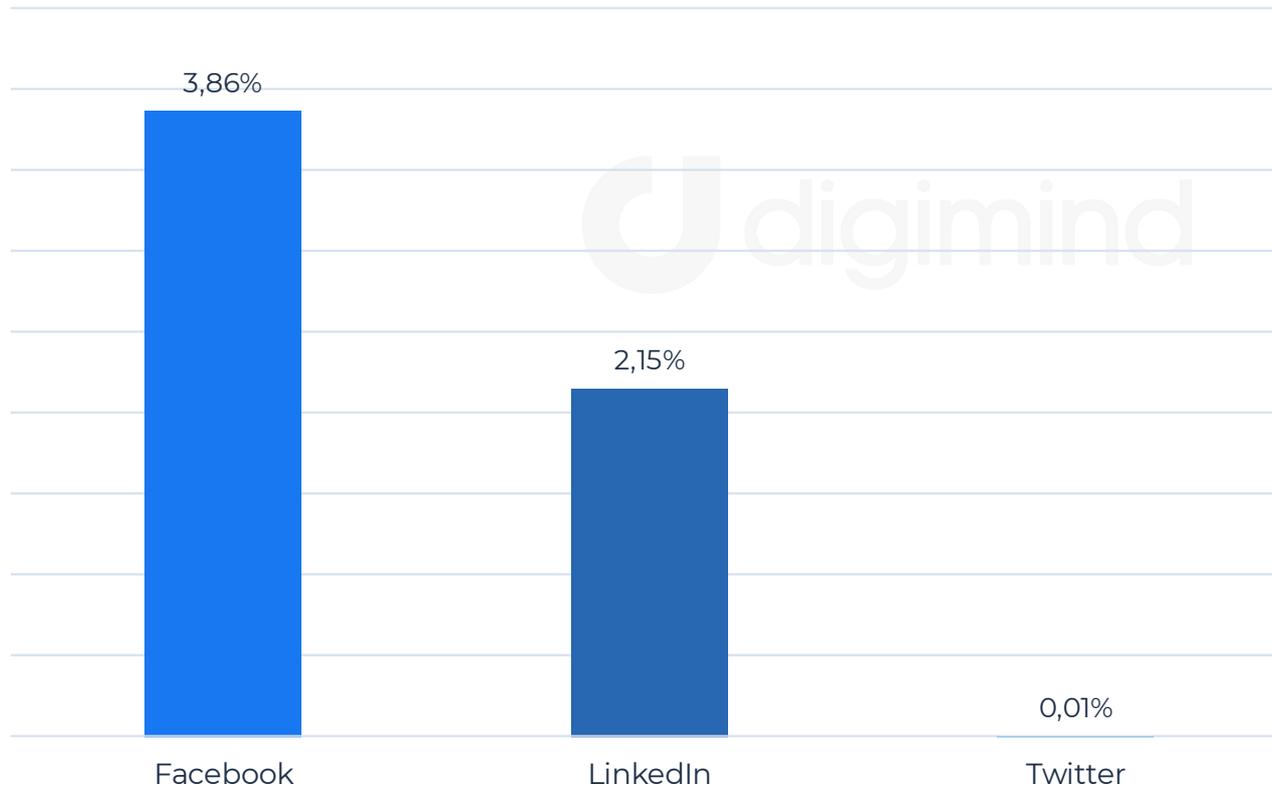
# Les comptes des marques les plus suivies en France sur Facebook



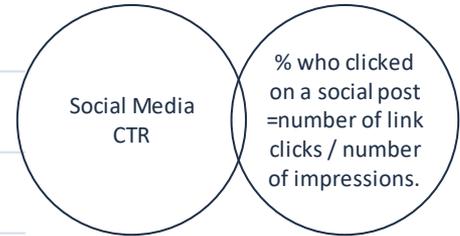
Source : Socialbakers avril 2021



# Facebook : Social Media CTR moyen en 2022



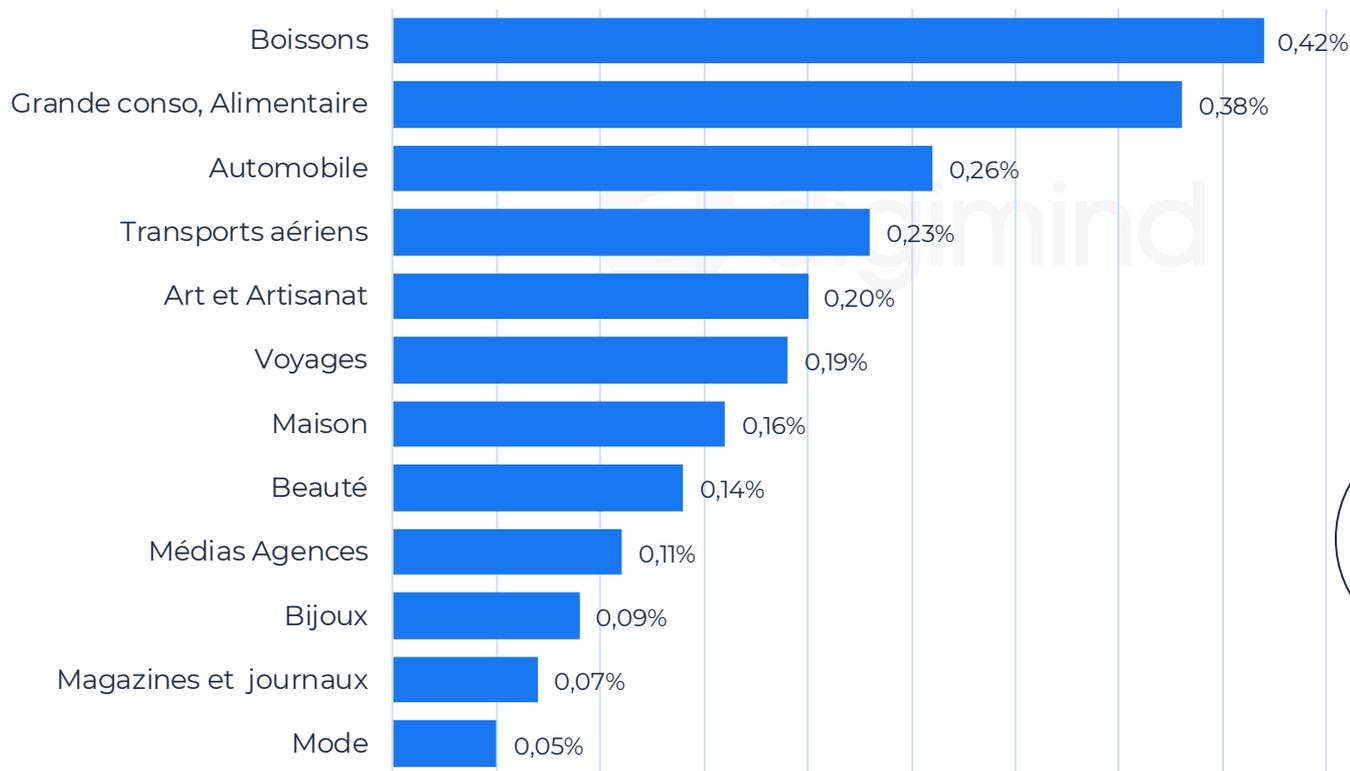
Social Media Click Rate  
Through Facebook   
**3,86%**



Source : SocialInsider – Social Media Study : CTR 2022

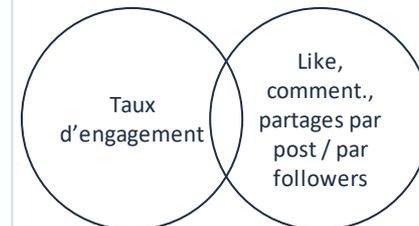


# Facebook : Engagement moyen par secteur 2022 (par followers)



Taux d'engagement  
tous secteurs :

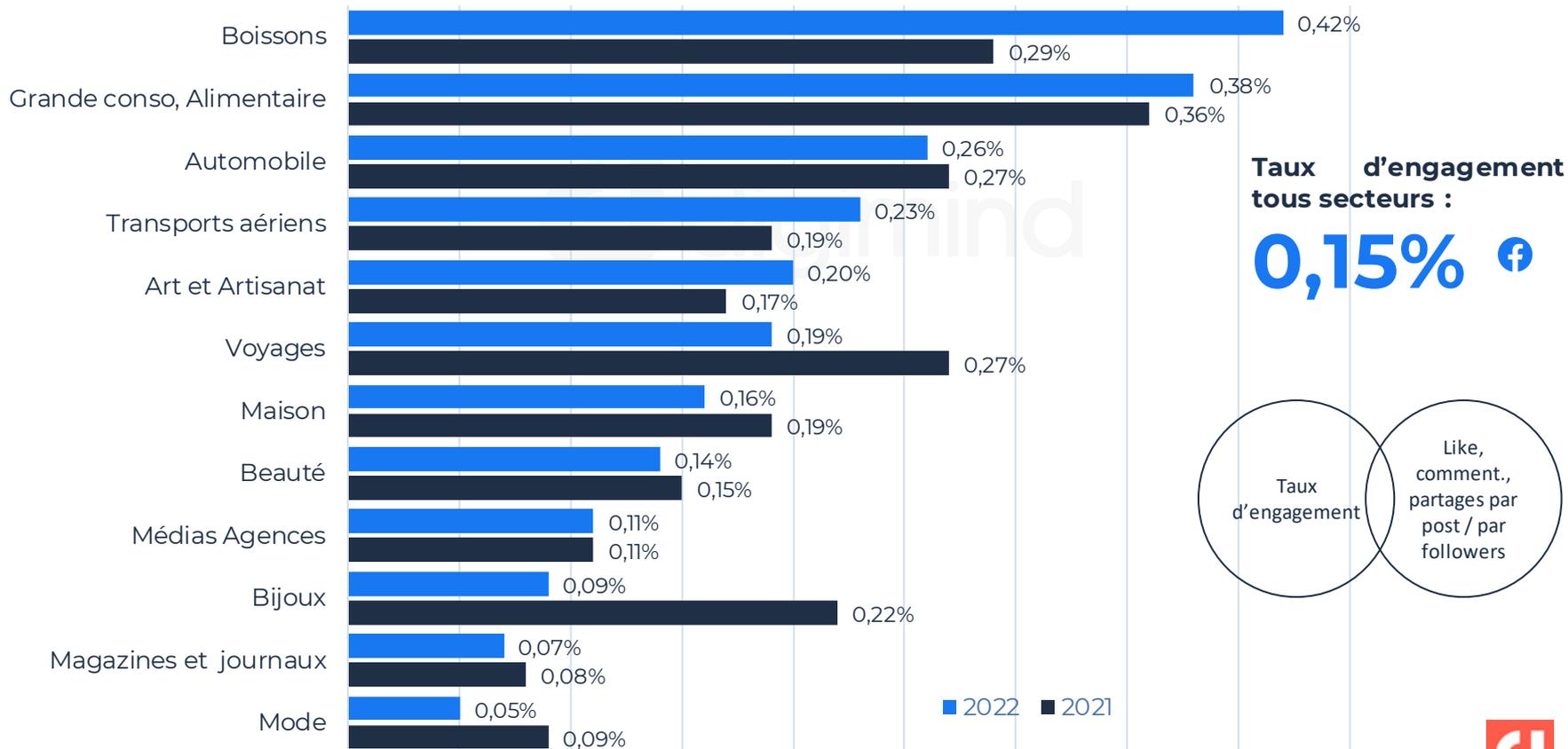
**0,15%** 



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



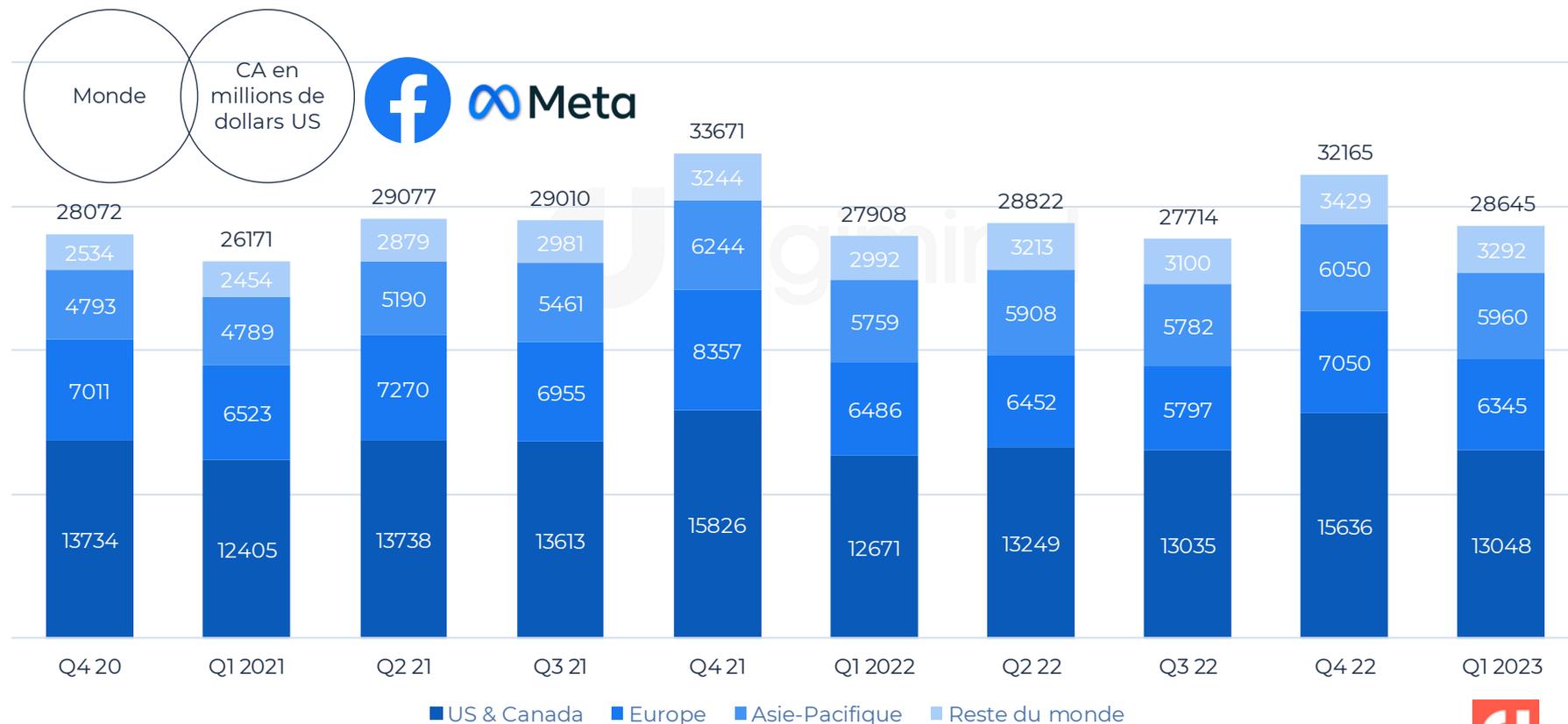
# Facebook : Engagement moyen par secteur 2022 vs 2021 (par followers)



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



# Chiffre d'affaires trimestriel de Facebook 2020-2023 par région (millions de dollars)



Source : Facebook Inc, Earnings Releases – Earnings Presentations



# Instagram



**+26 millions** d'utilisateurs actifs mensuels

**54%**



**46%**



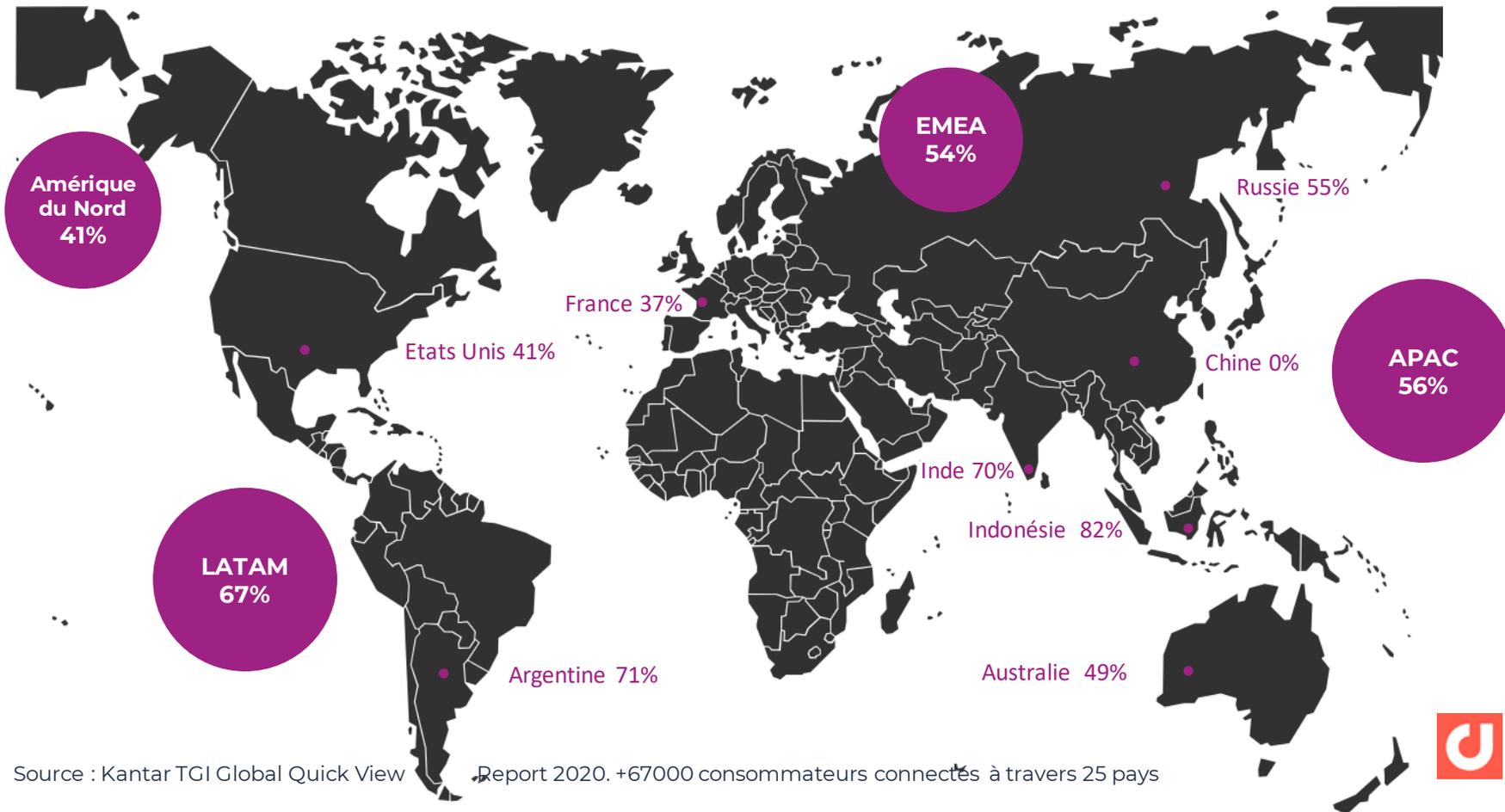
**81% des 16-25 ans**



**+2 milliards** d'utilisateurs actifs mensuels

Sources : Statista – HYPeAuditor– Diplomeo - Instagram Ads Audience in Facebook Ads Manager - We Are Social 2023

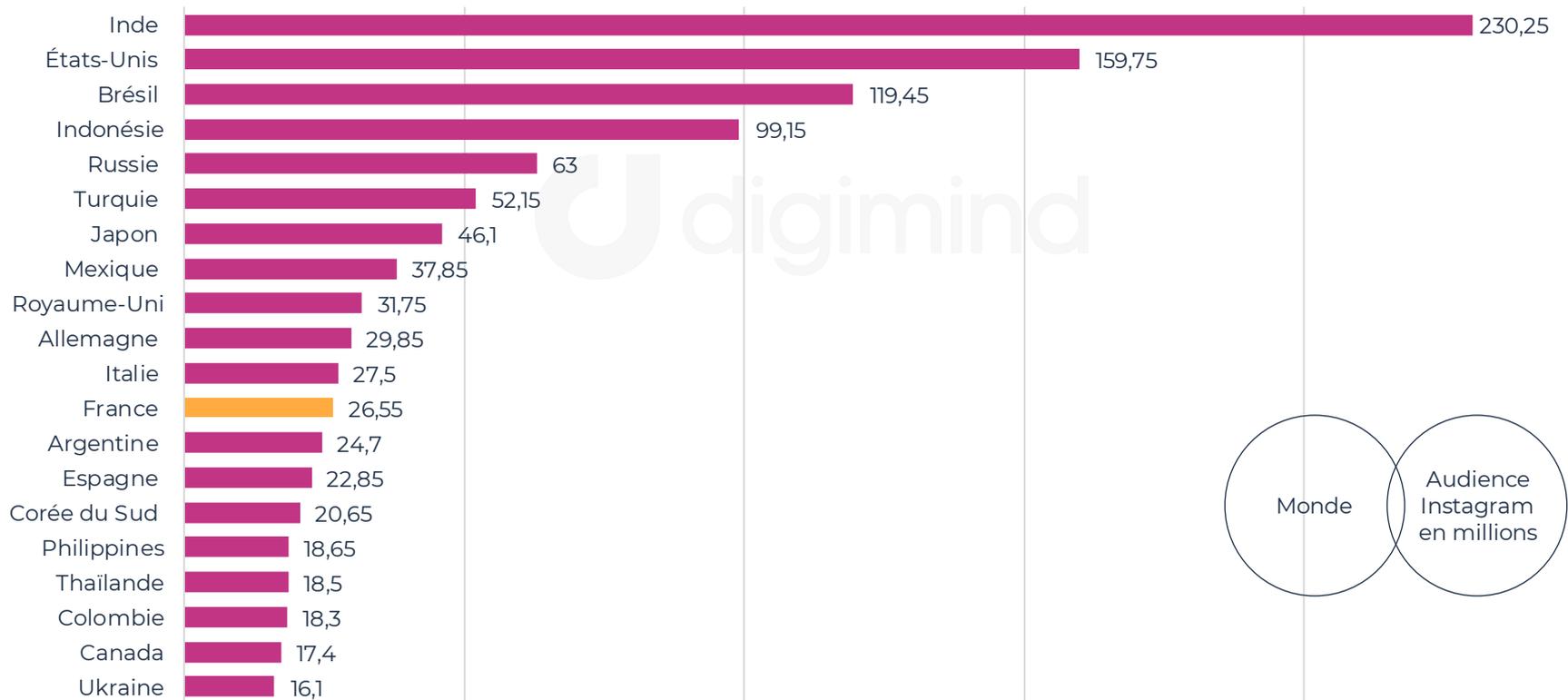
# Pénétration d'Instagram par pays



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



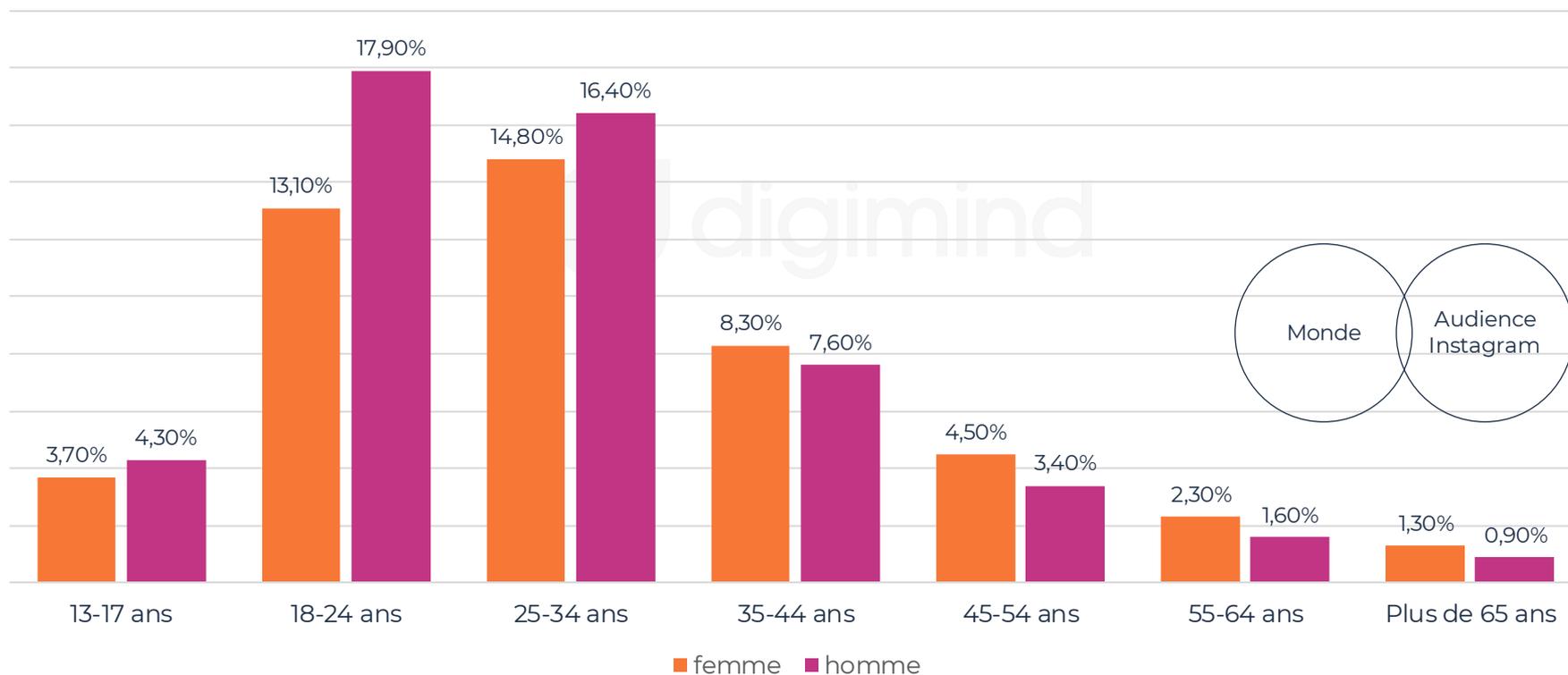
# Audience d'Instagram dans le monde par pays en 2022



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



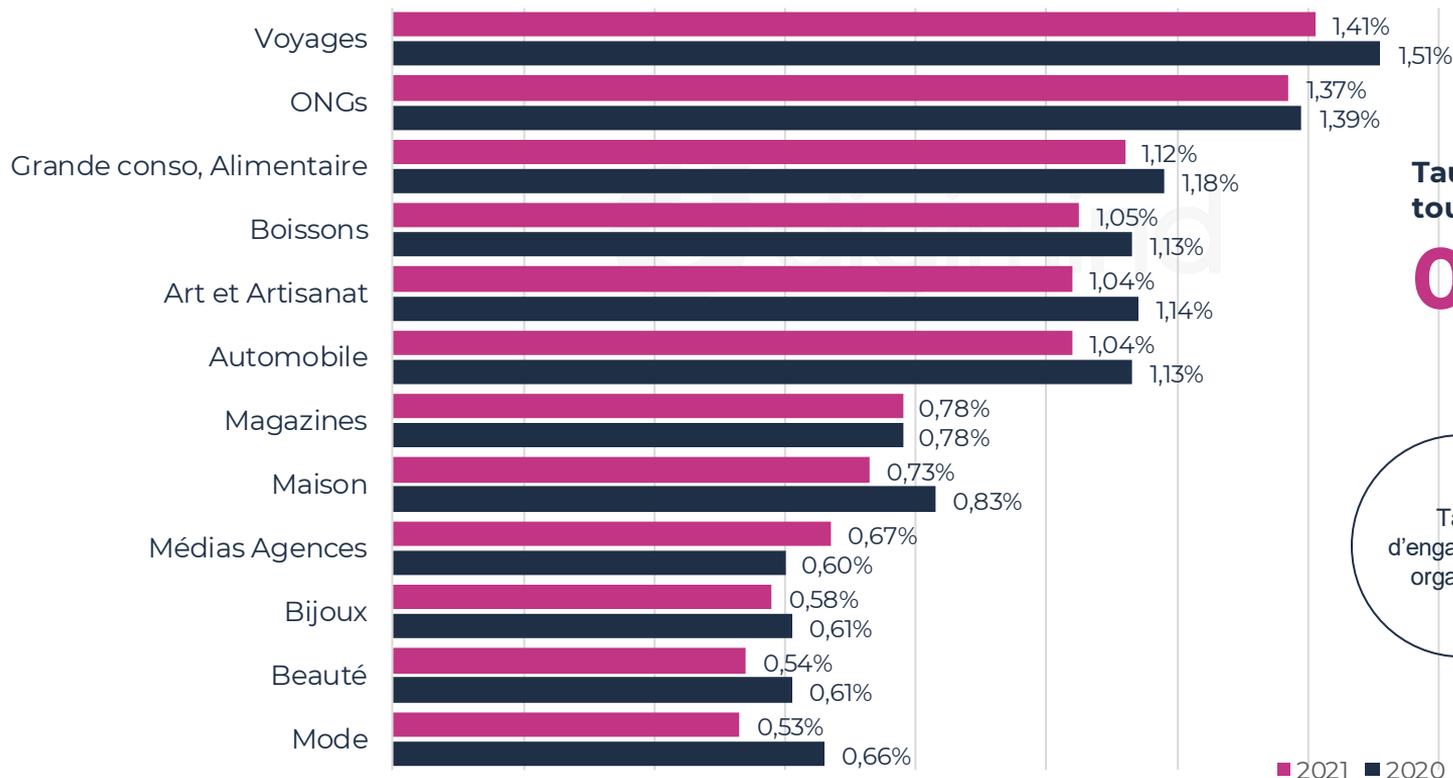
# Profils de l'audience d'Instagram dans le monde par âge et sexe



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.

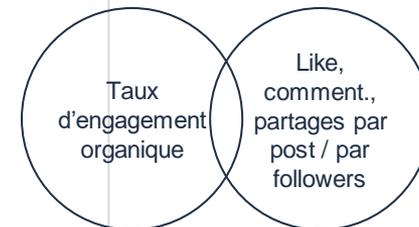


# Instagram : Engagement moyen par secteur 2021 vs 2020



Taux d'engagement tous secteurs :

**0,83%**

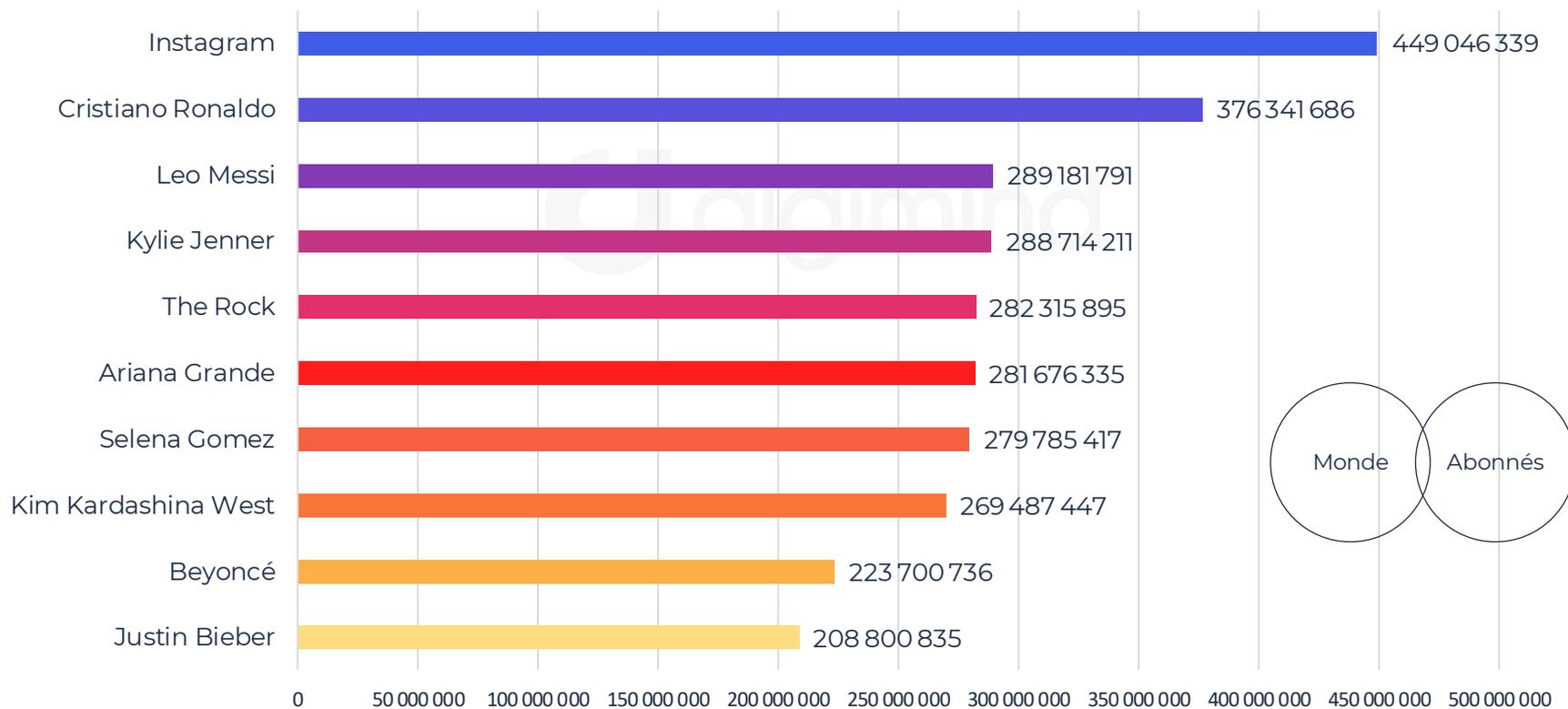


■ 2021 ■ 2020

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



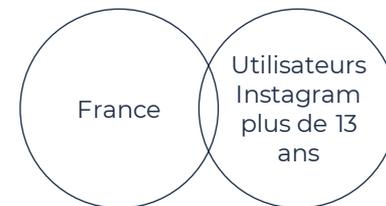
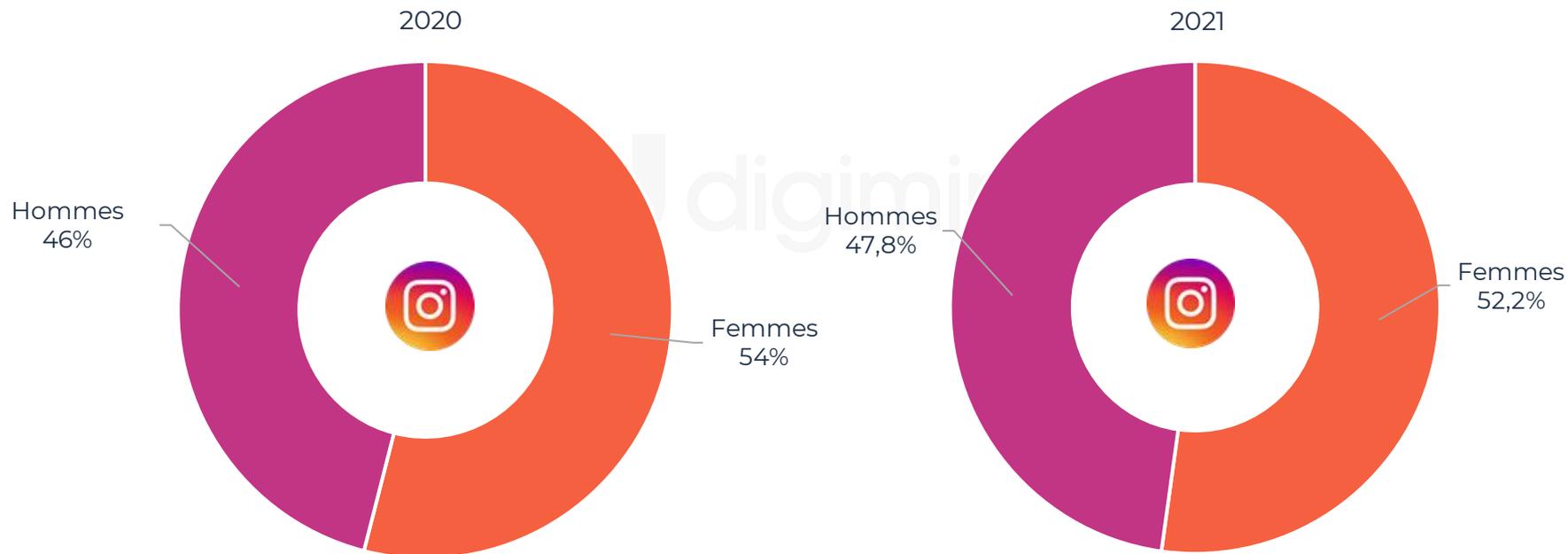
# Les comptes Instagram les plus suivis dans le monde



Source : Social Blade décembre 2021



# Profils des utilisateurs Instagram en France 2020-2021 par sexe

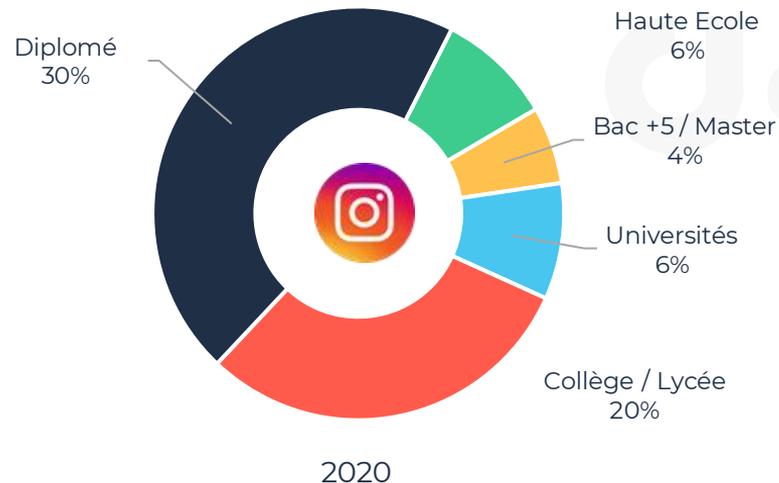


Source : Etude Soprism. Profilage audience Instagram- février 2020-décembre 2021-utilisateurs actifs

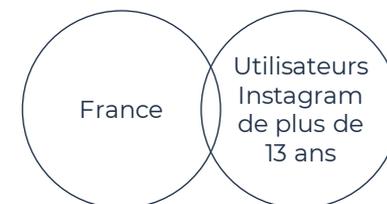
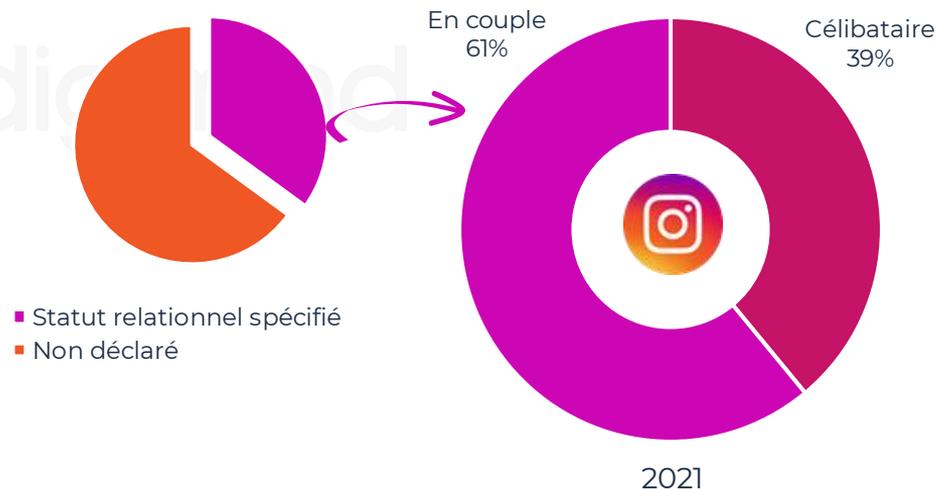
# Profils des utilisateurs Instagram en France : statut relationnel et éducation



Niveau d'éducation utilisateurs Instagram en France



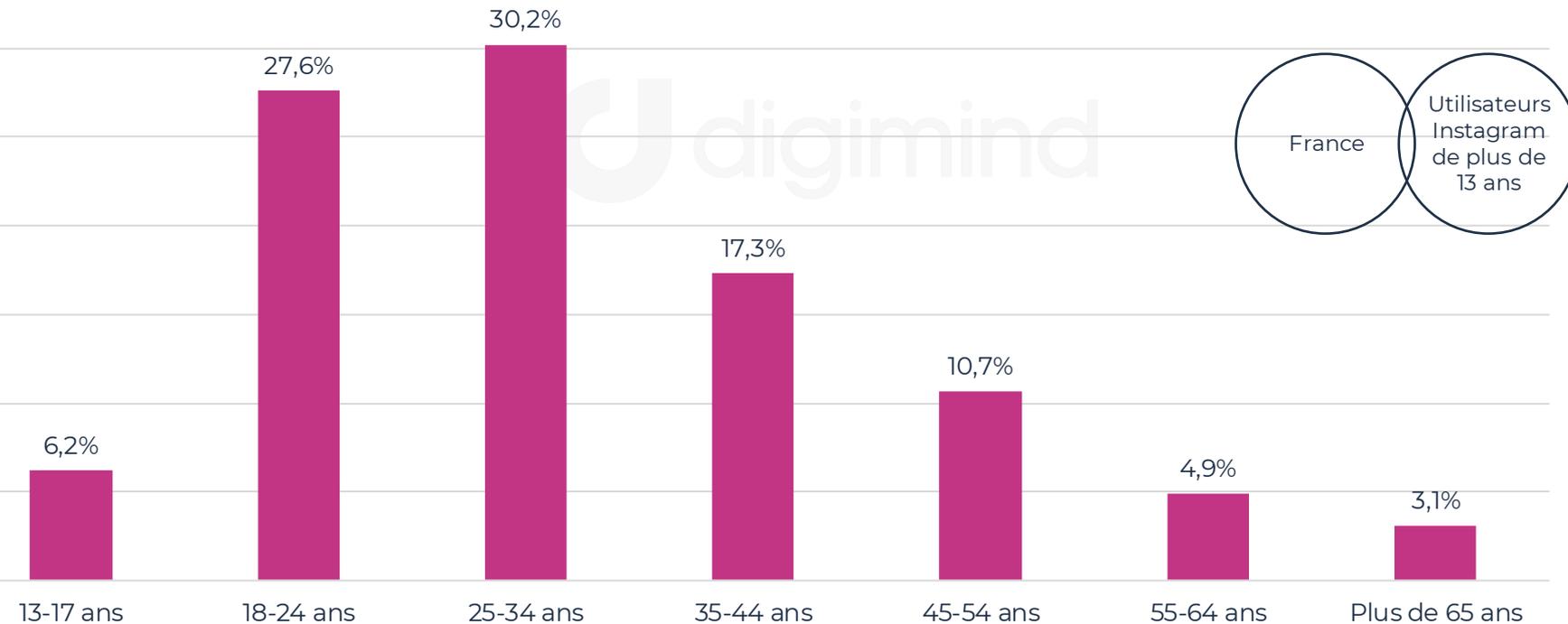
Statut relationnel utilisateurs Instagram en France



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



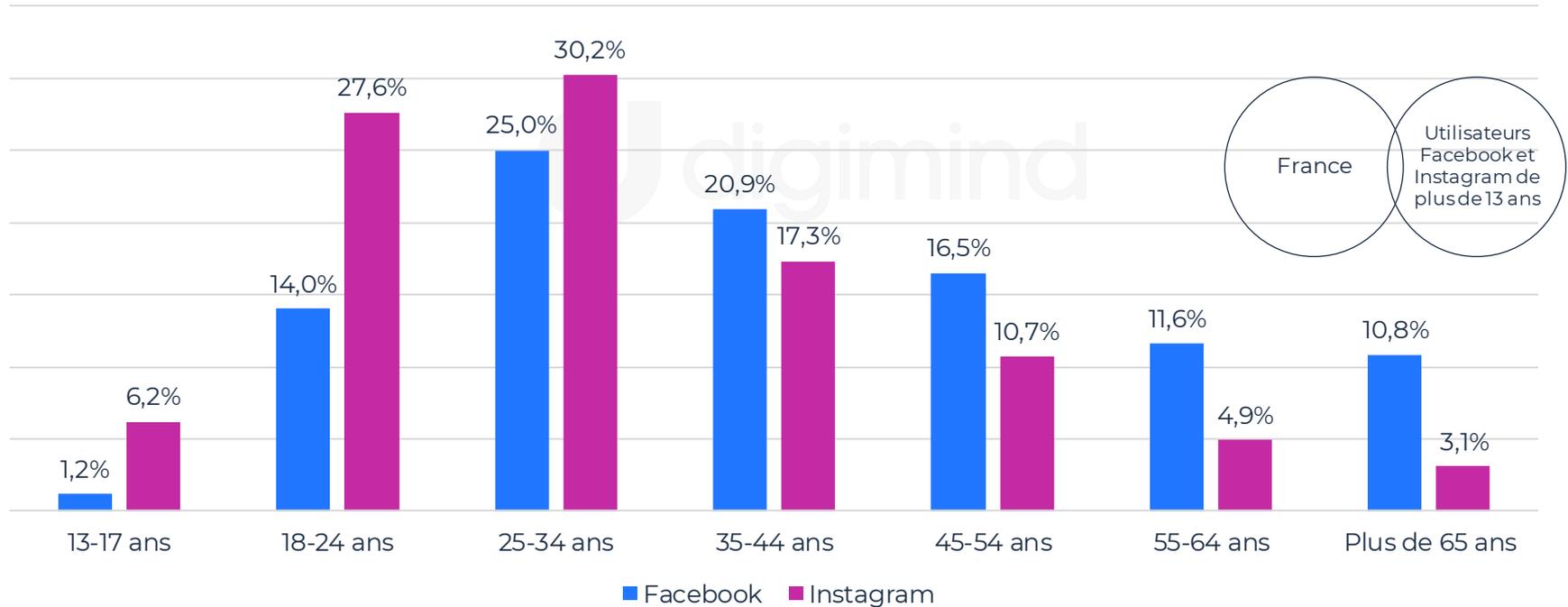
# Profils de l'audience d'Instagram en France par âge



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



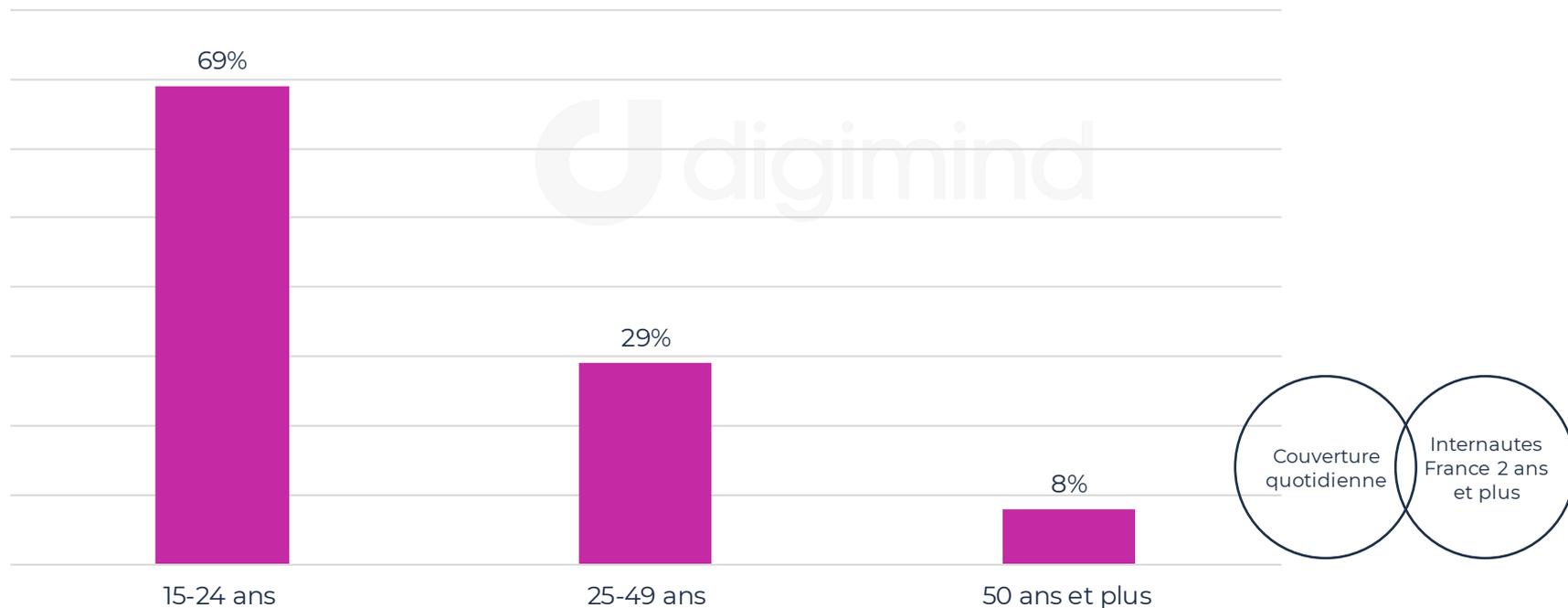
# Comparaison des Profils de l'audience de Facebook et Instagram en France par âge



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

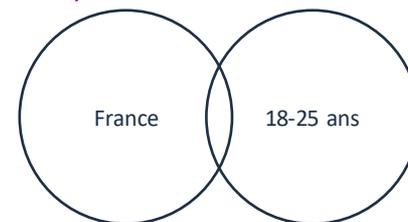
**34 % utilisent les DM**  
pour échanger avec leurs  
communautés.

## 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



# Pénétration de Snapchat par pays

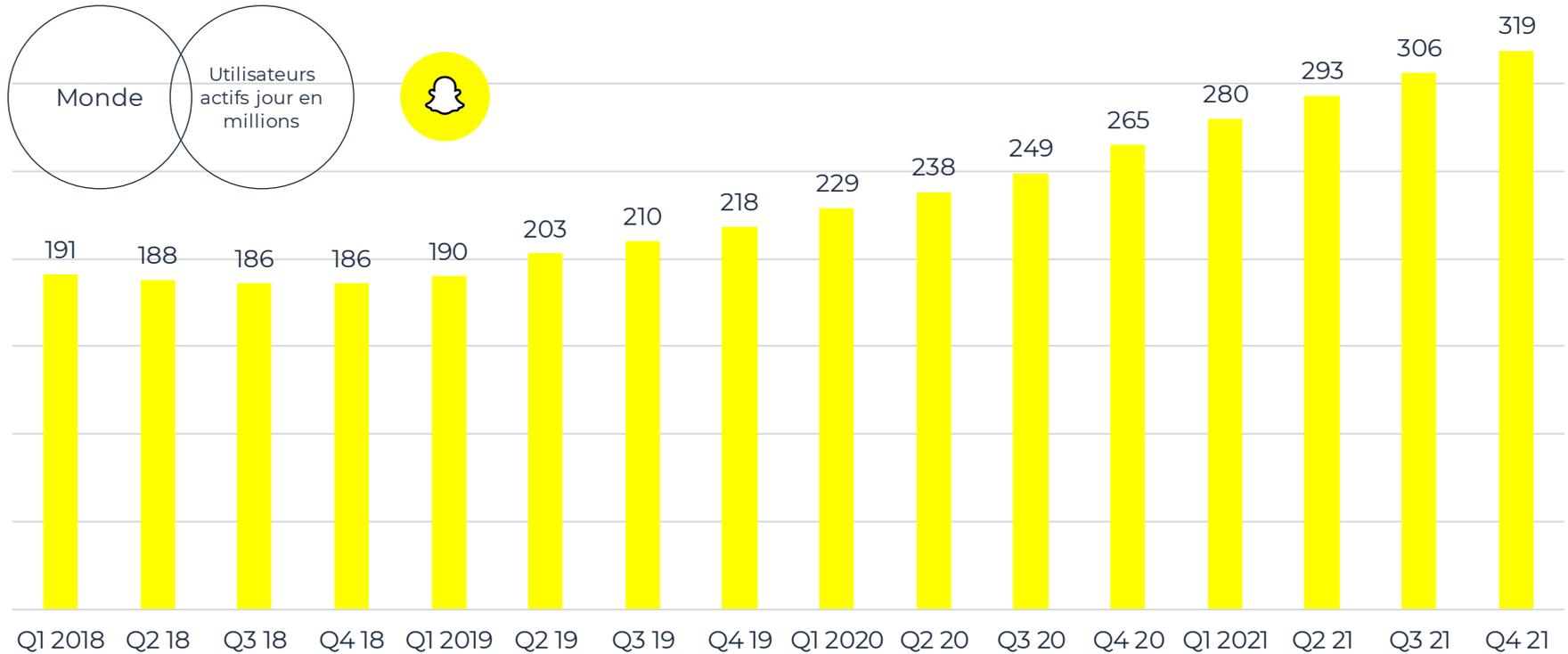


Source : We Are Social DataReportal  
territoires avec les plus grandes audiences

2021. Extrapolée à partir du Snapchat Audience Manager. Pays et  
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



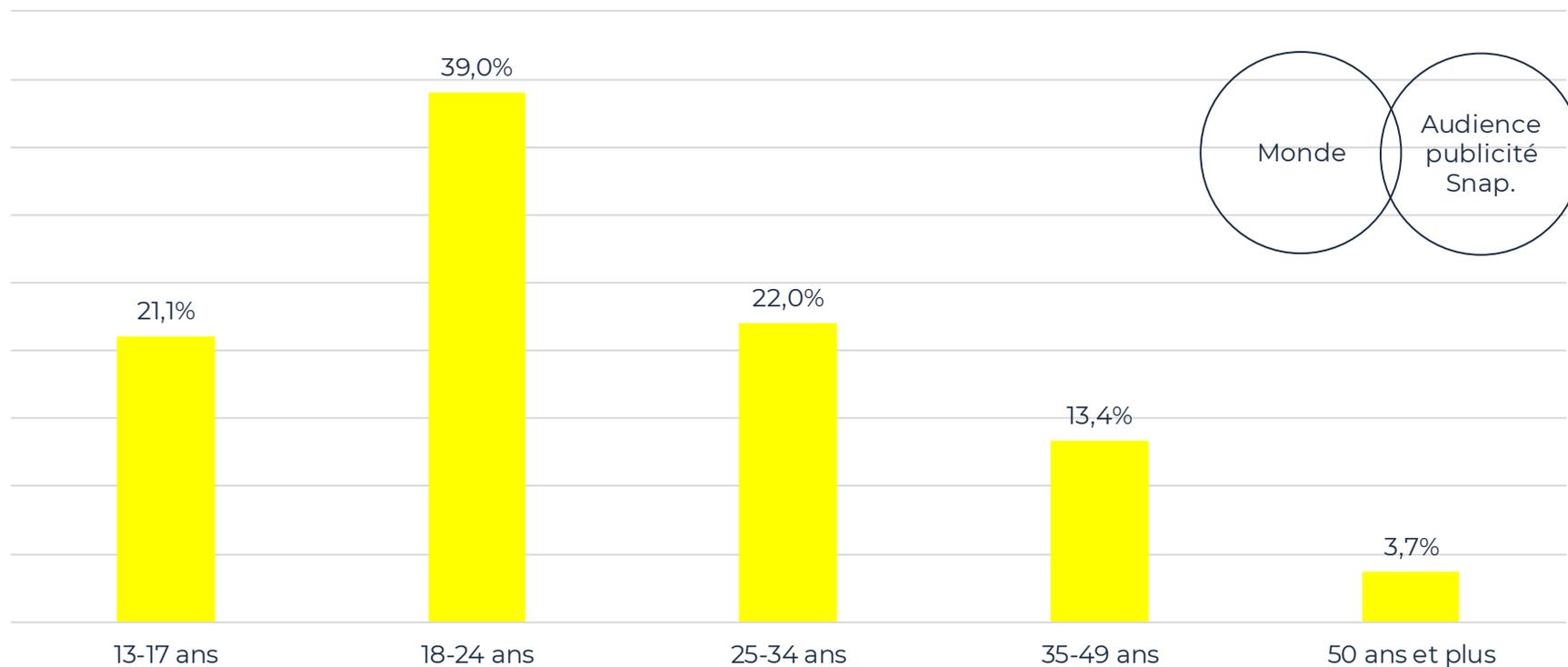
# Nombre d'utilisateurs Snapchat dans le monde 2018-2023 (prévisions)



Source : eMarketer.



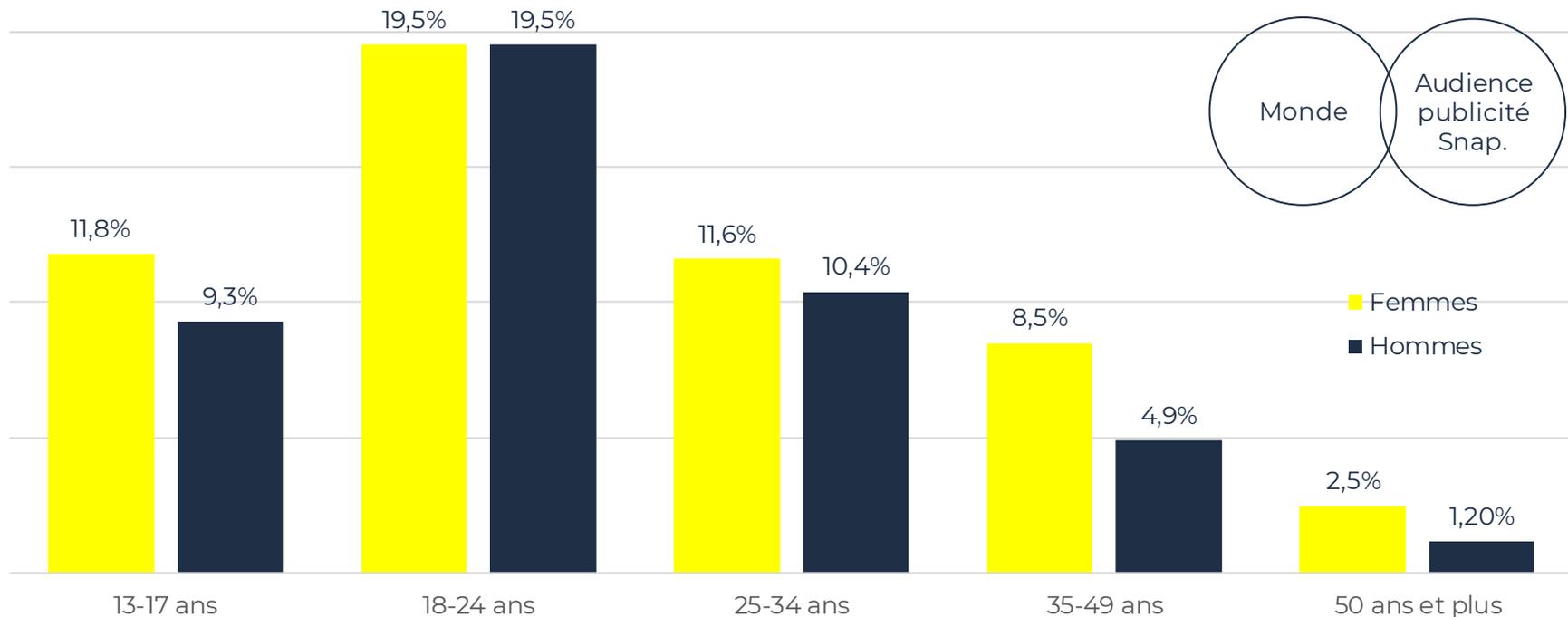
# Démographie : Age de l'audience de Snapchat dans le Monde



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.



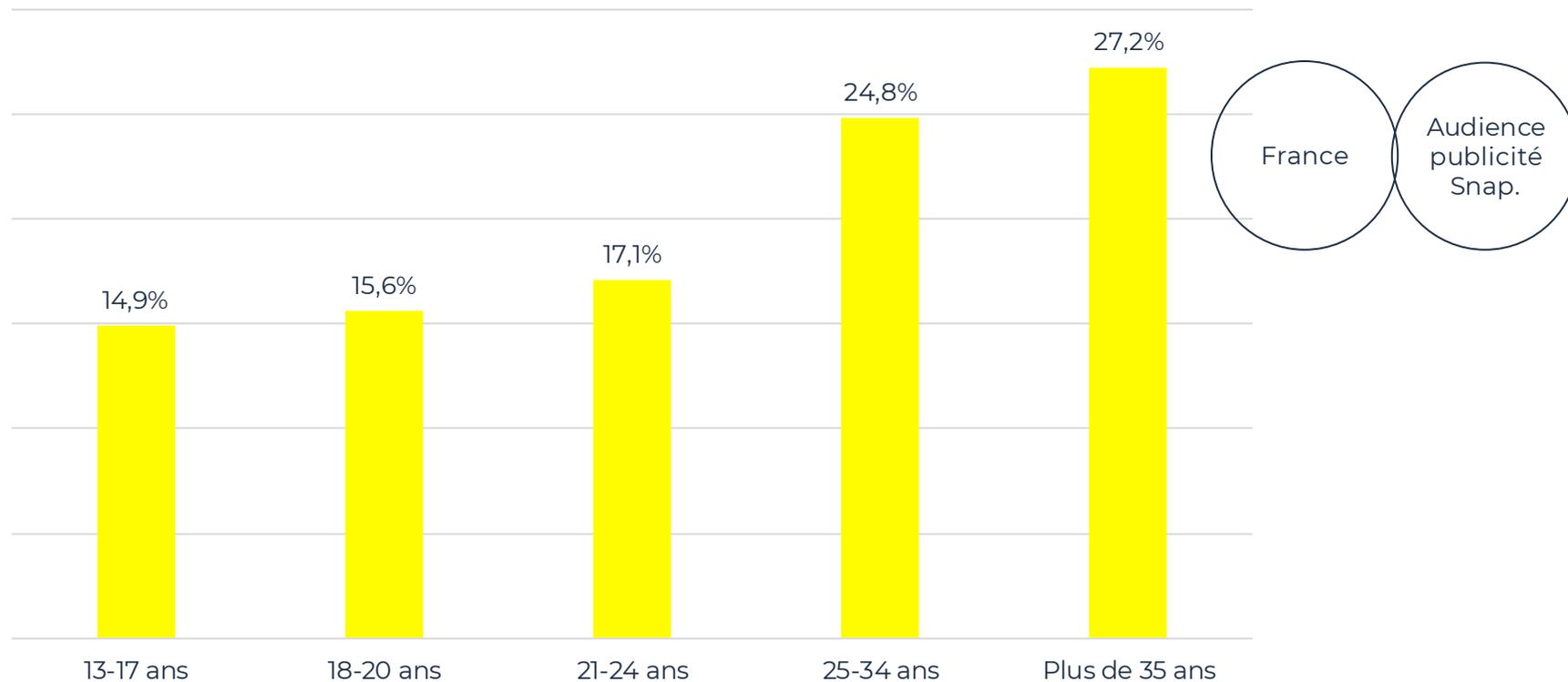
## Démographie : Age et genre de l'audience de Snapchat dans le Monde



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.



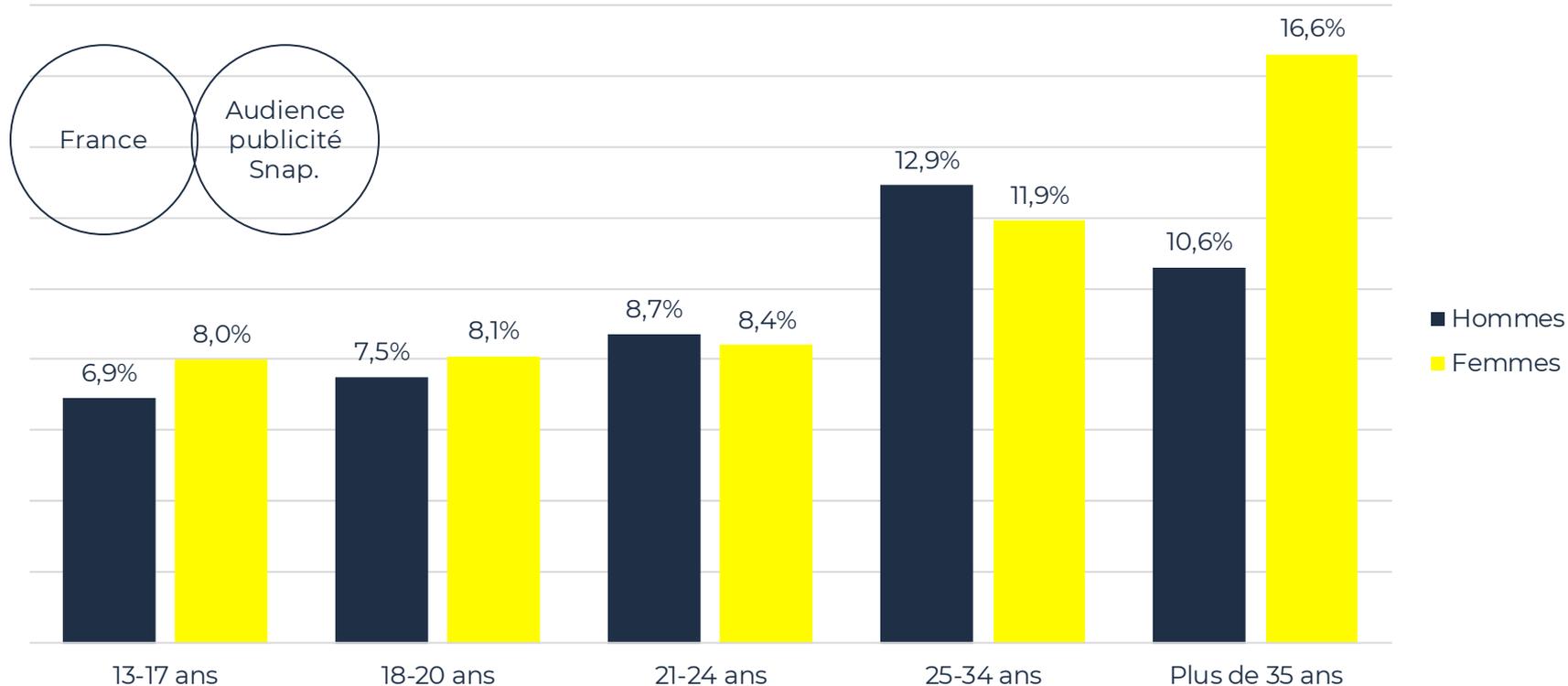
# Démographie : Age de l'audience de Snapchat en France



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



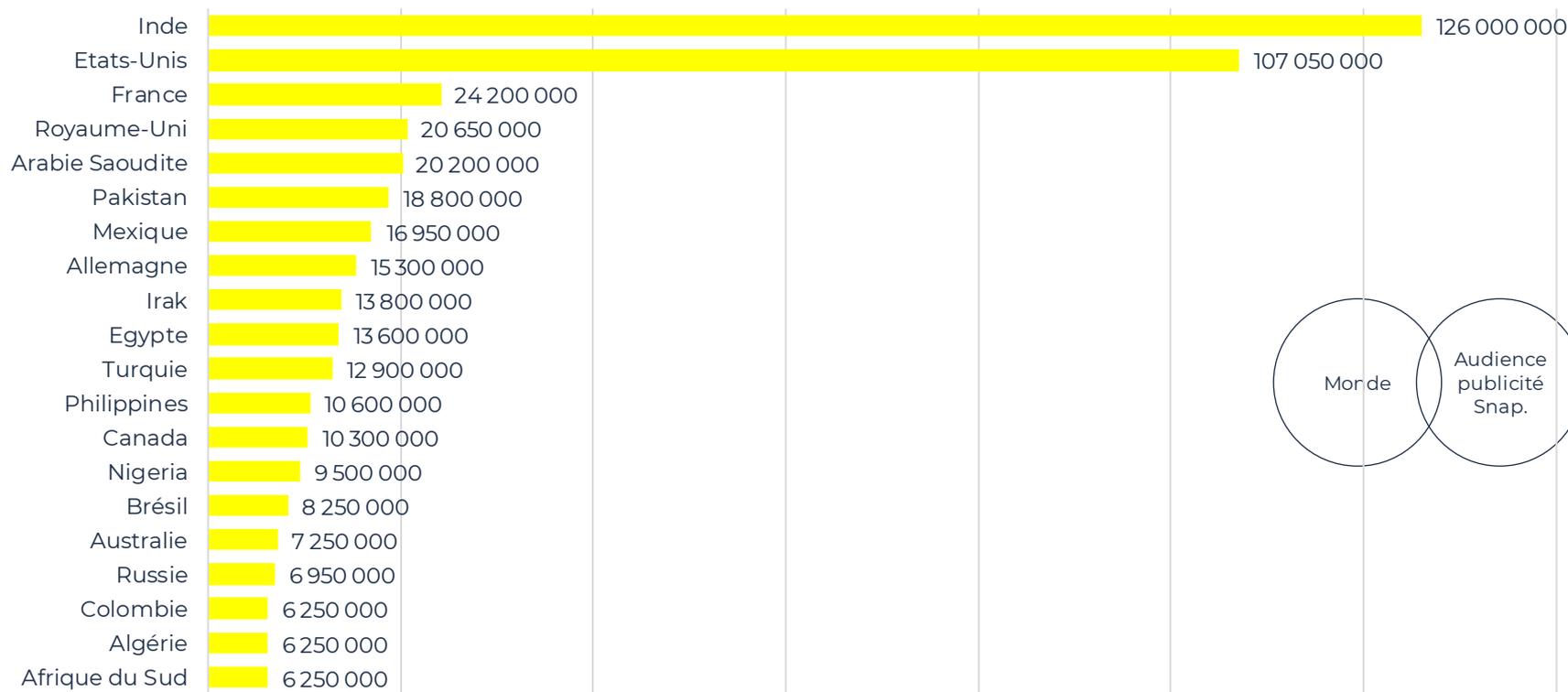
# Démographie : Age et genre de l'audience de Snapchat en France



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



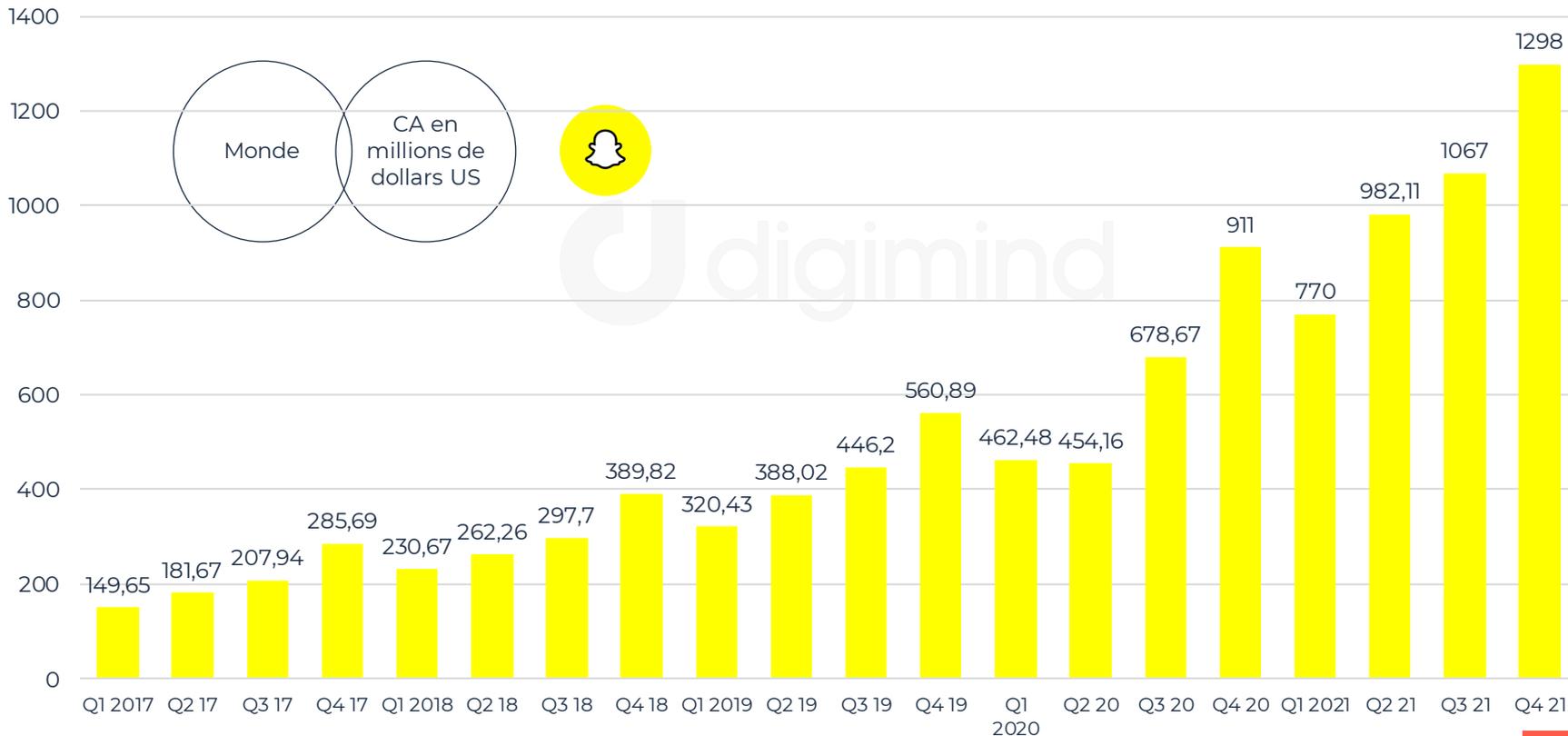
# Audience de Snapchat dans le Monde : le top 20 des pays en nombre d'utilisateurs



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.



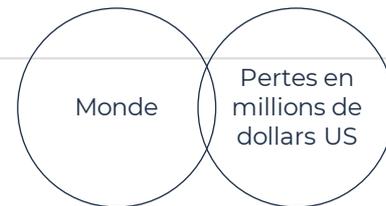
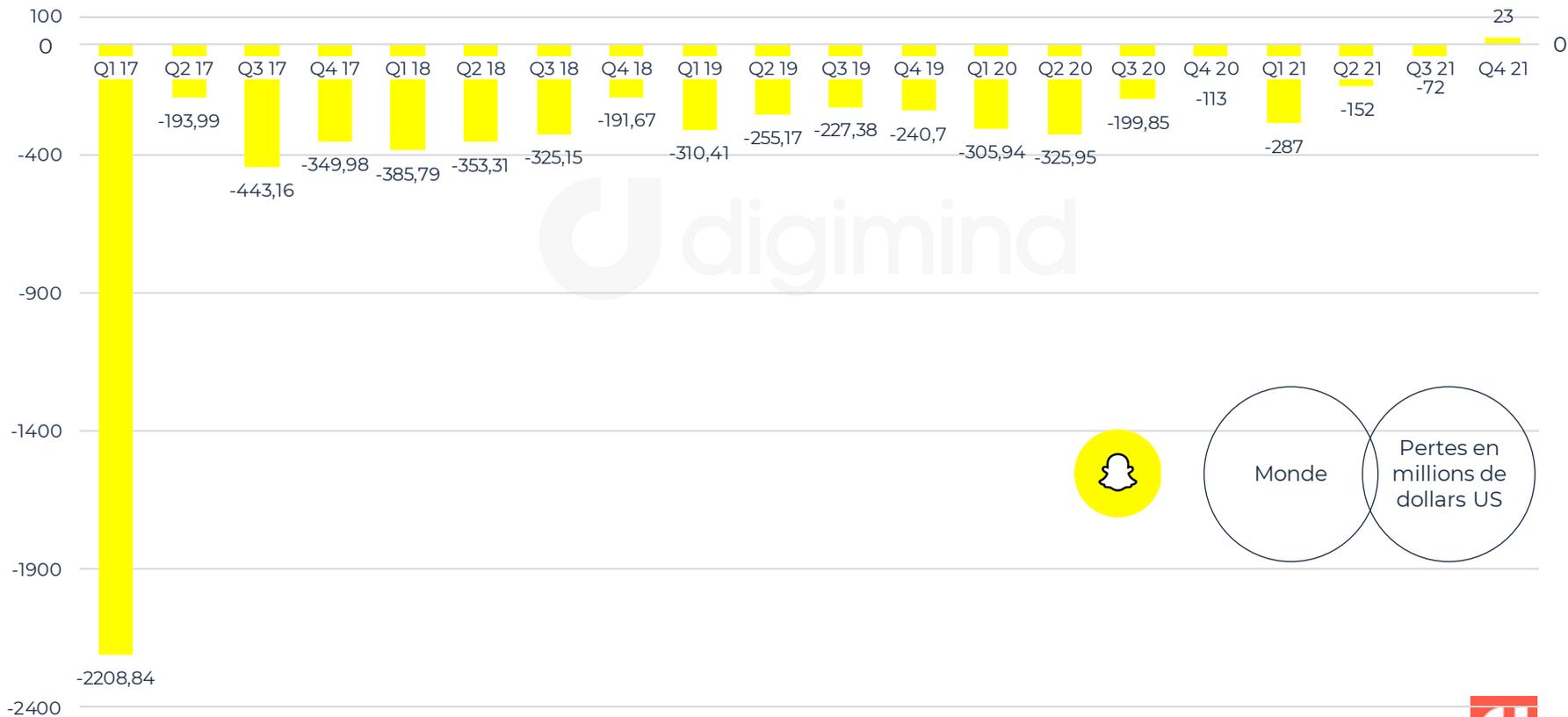
# Chiffre d'affaires trimestriel de de Snapchat 2017-2021 (millions de dollars)



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



**+21,4 millions** d'utilisateurs actifs mensuels

**66%**



**34%**



**1,08 milliard** d'utilisateurs actifs mensuels



**6,12%** taux d'engagement moyen comptes business

Sources : TikTok NewsRoom oct 2023. Social Insider 2023- Hype Auditor - Influencer Marketing Hub – We Are social 2023



# 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<sup>ème</sup> 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

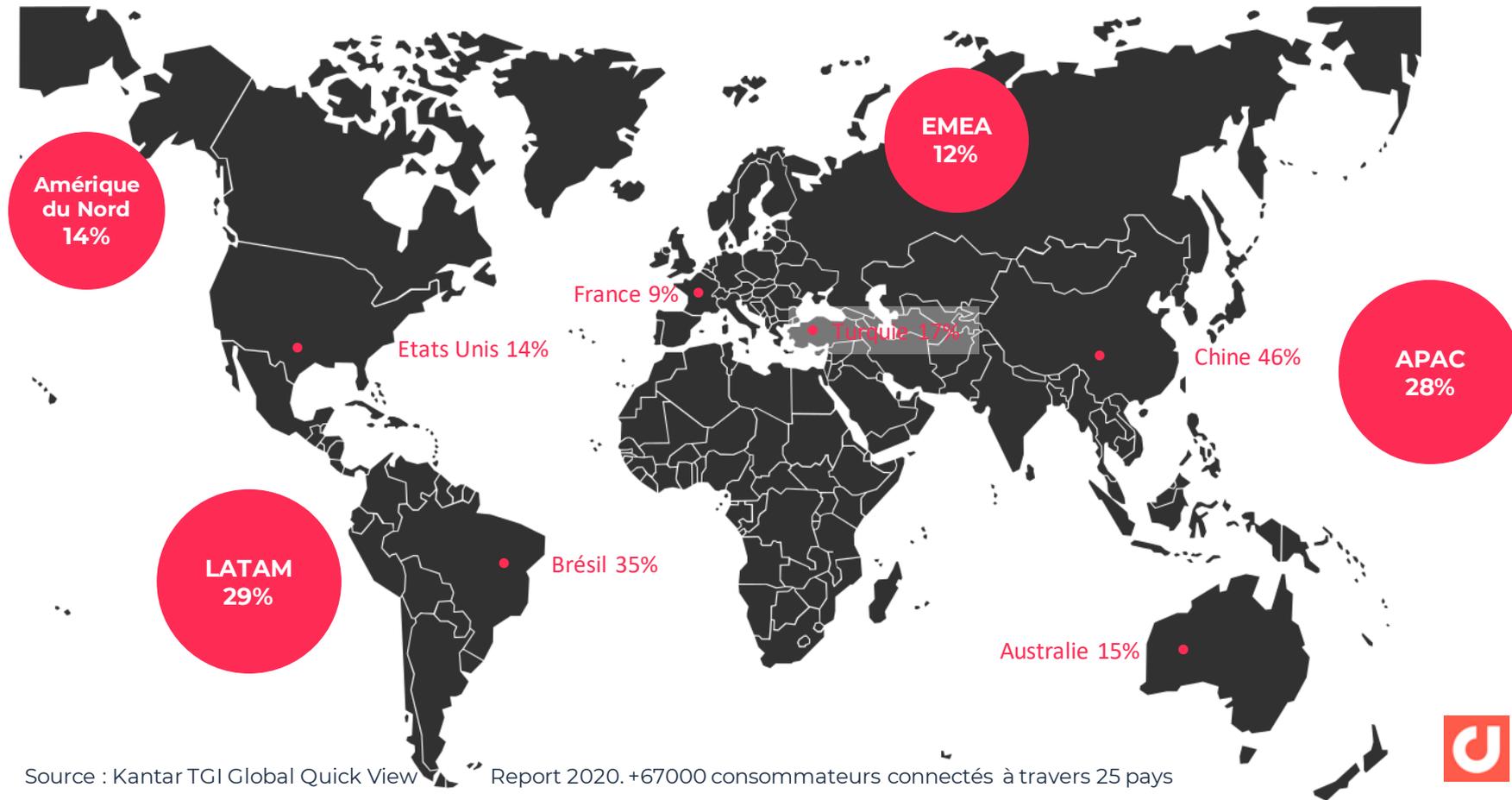
Classements: créateurs, musiques, hashtags

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



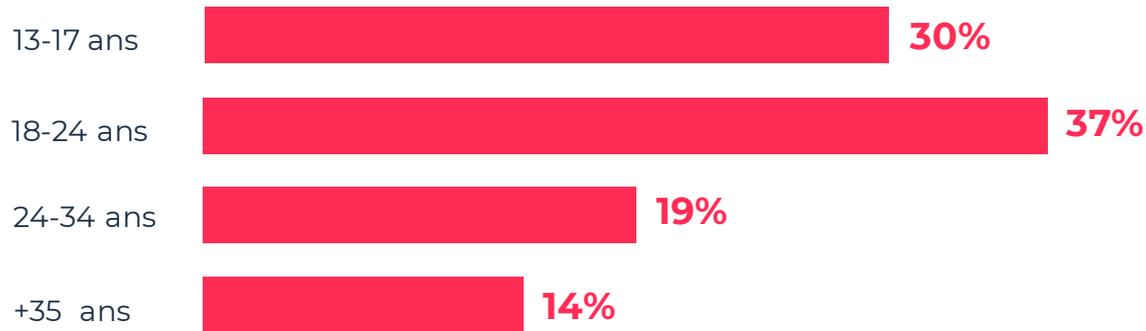
Source : TikTok officiels via Bloomberg 09-20





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%



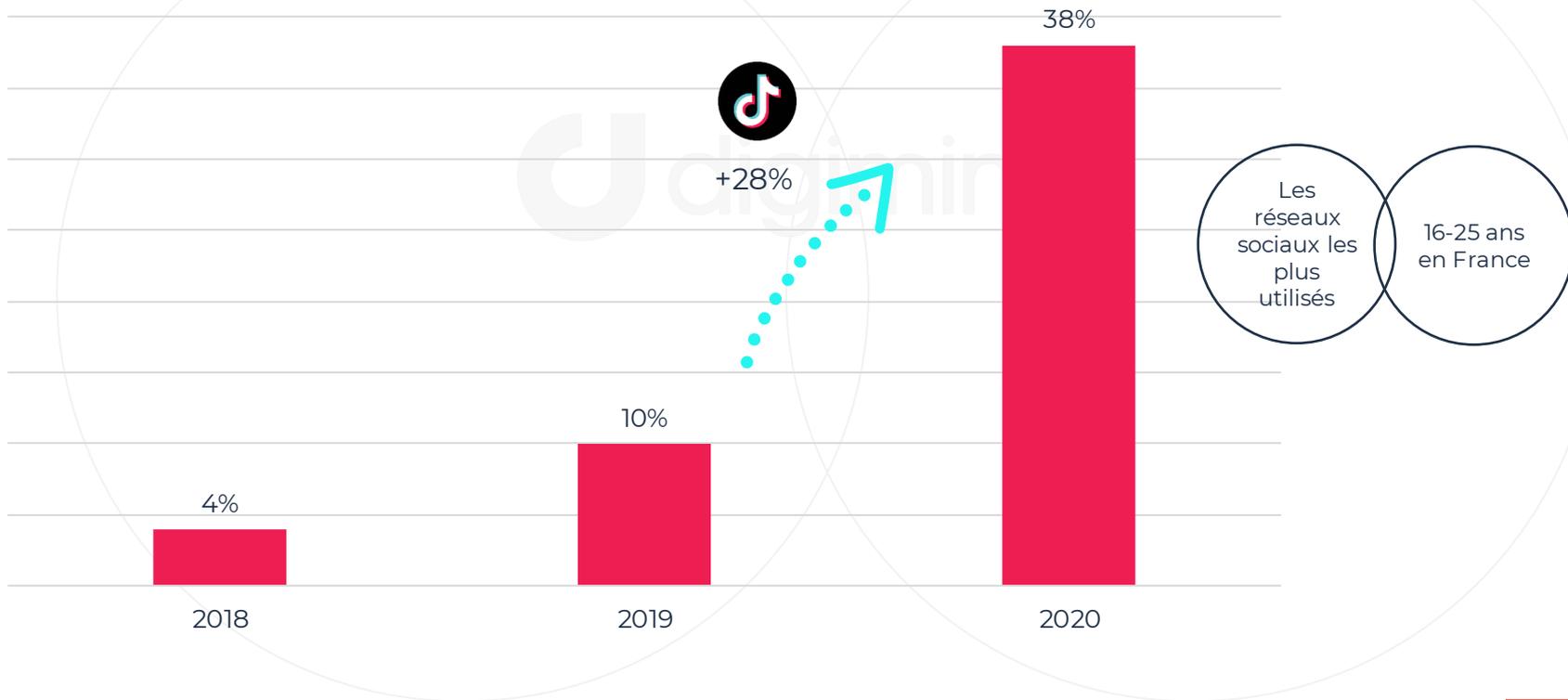
44%



Sources : TikTok for Business pitch deck – 2020 et 2021



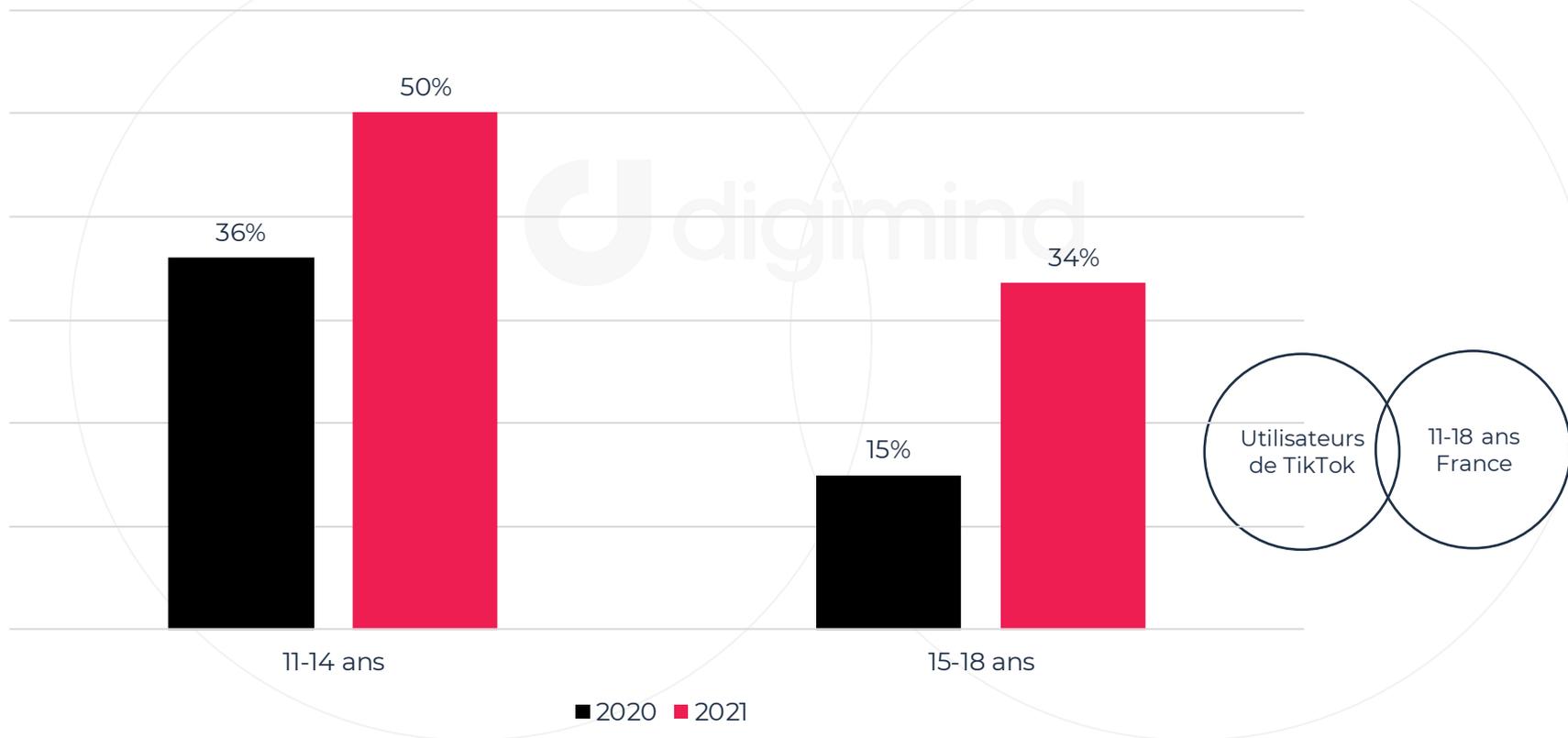
# Progression de TikTok chez les 16-25 ans en France



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**

 digimind

15-24  
ans

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

**40%** sont sur TikTok chaque jour



# 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.



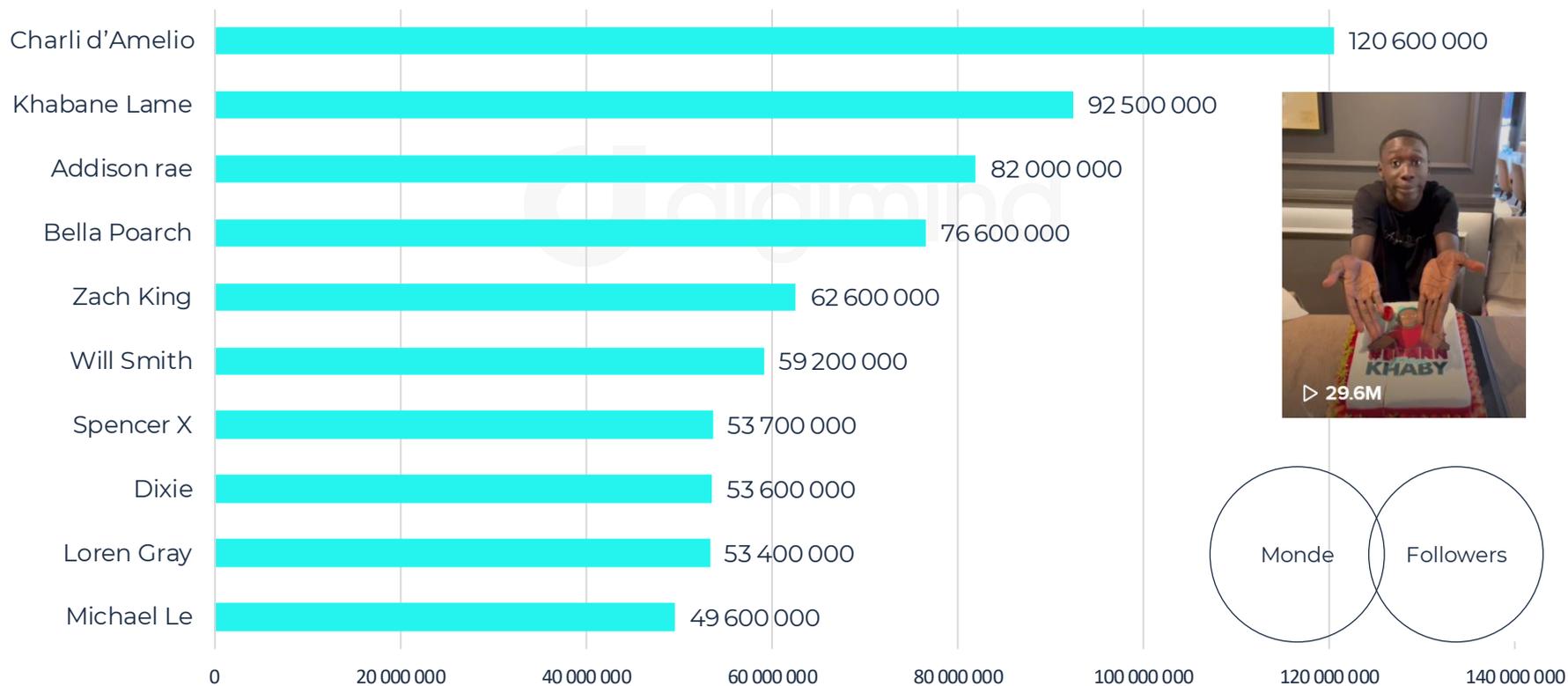
**46%**

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

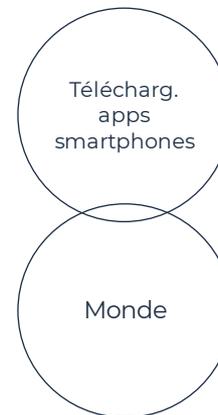
1		TikTok	=
2		Instagram	+1
3		Facebook	-1
4		WhatsApp	+1
5		Telegram	-1
6		Snapchat	+2
7		Messenger	+2
8		Zoom	-2
9		CapCut	+1
10		Spotify	new

## 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



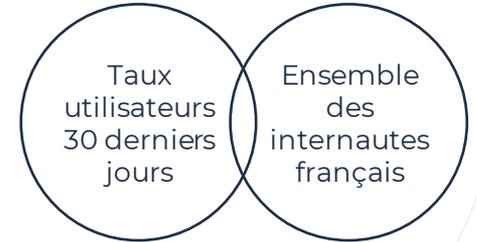
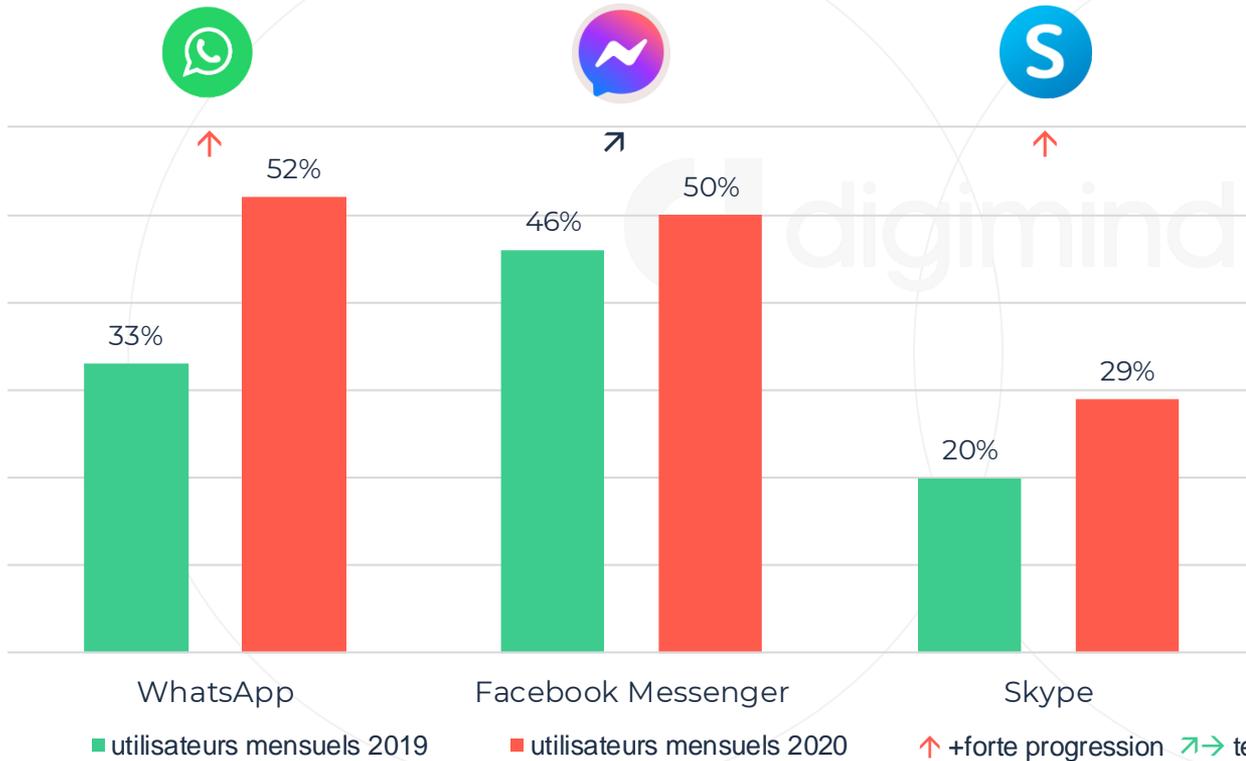
Source : App Annie Intelligence 2022. iOS et Android. Année 2021



# Messengeries



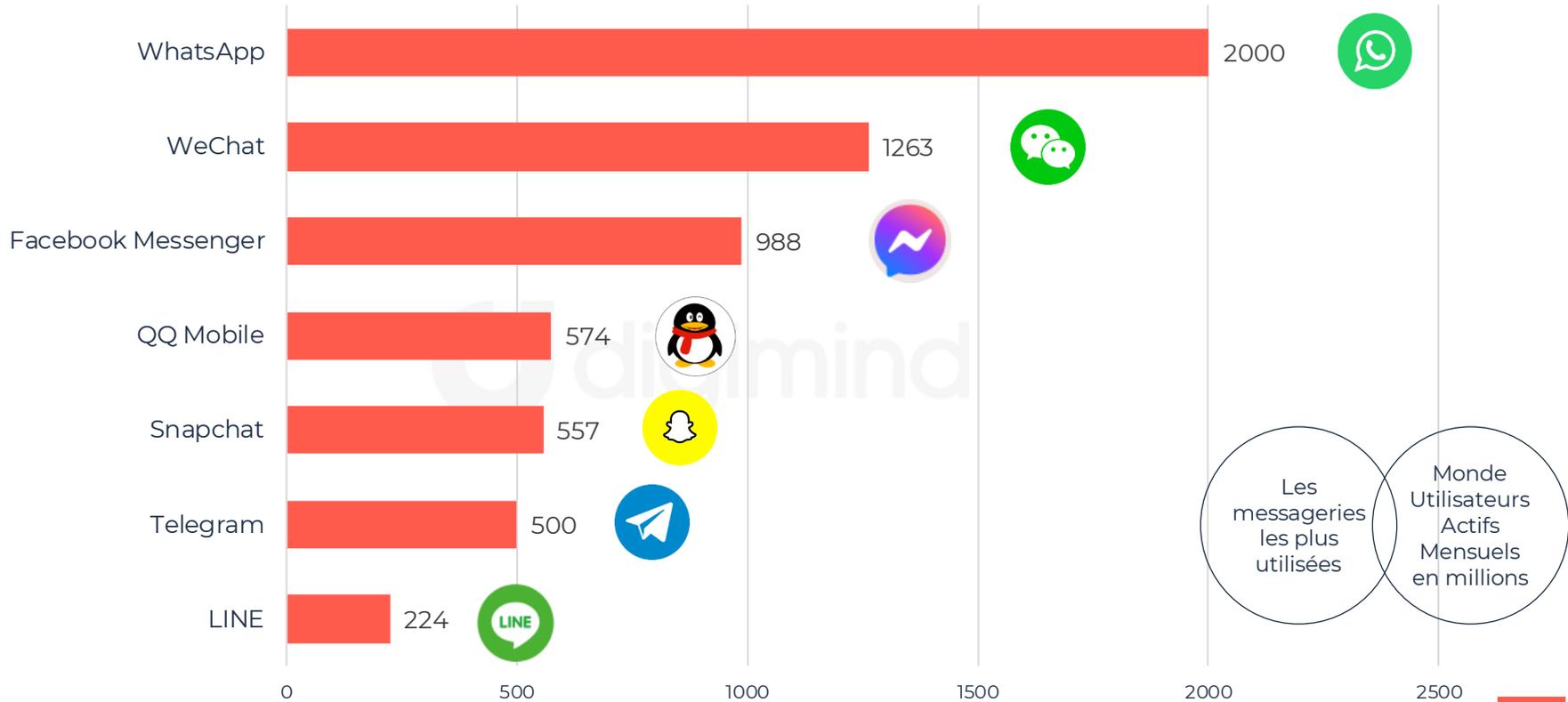
# Taux d'utilisation des messageries par les internautes en France. 2020 Confinement



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



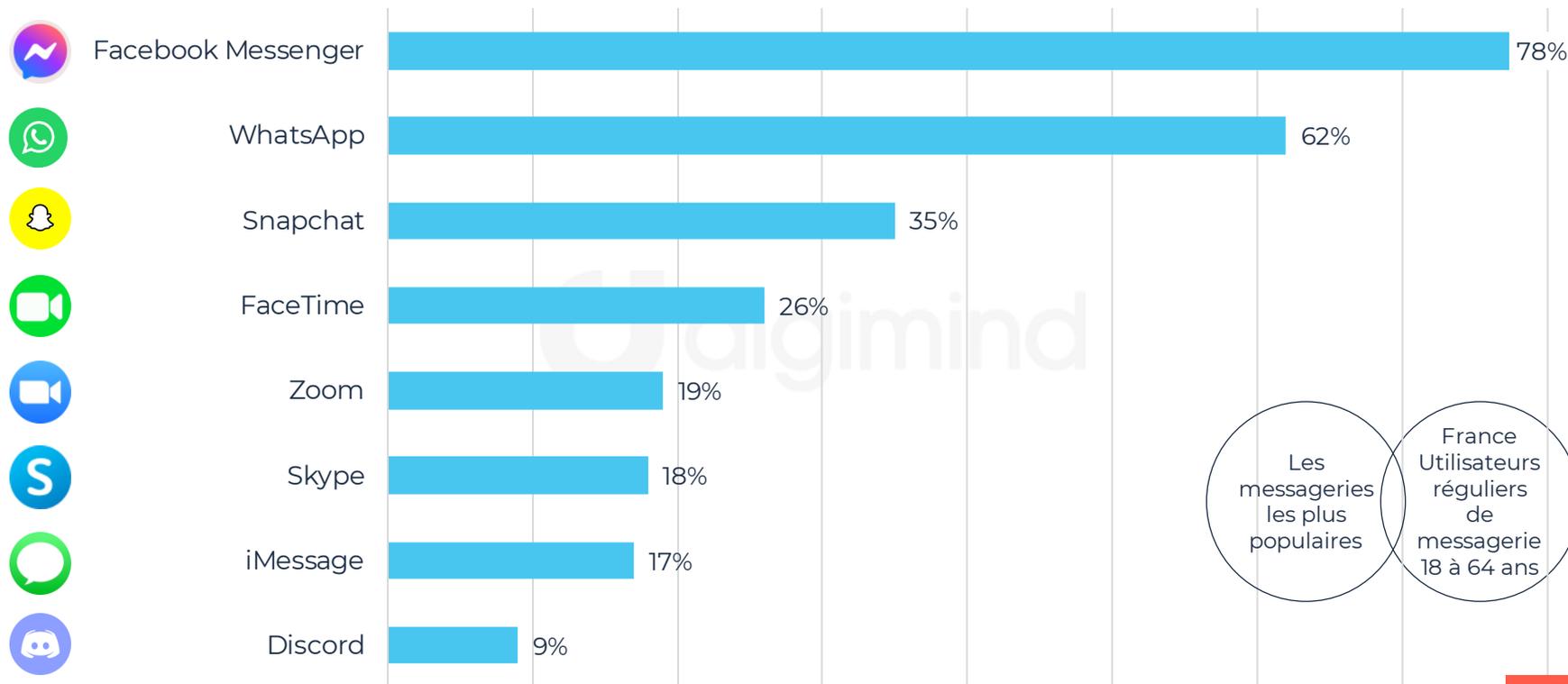
# Les applications de messageries instantanées les plus utilisées dans le monde



Source : Statista 2022



# Les applications de messageries les plus populaires en France



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

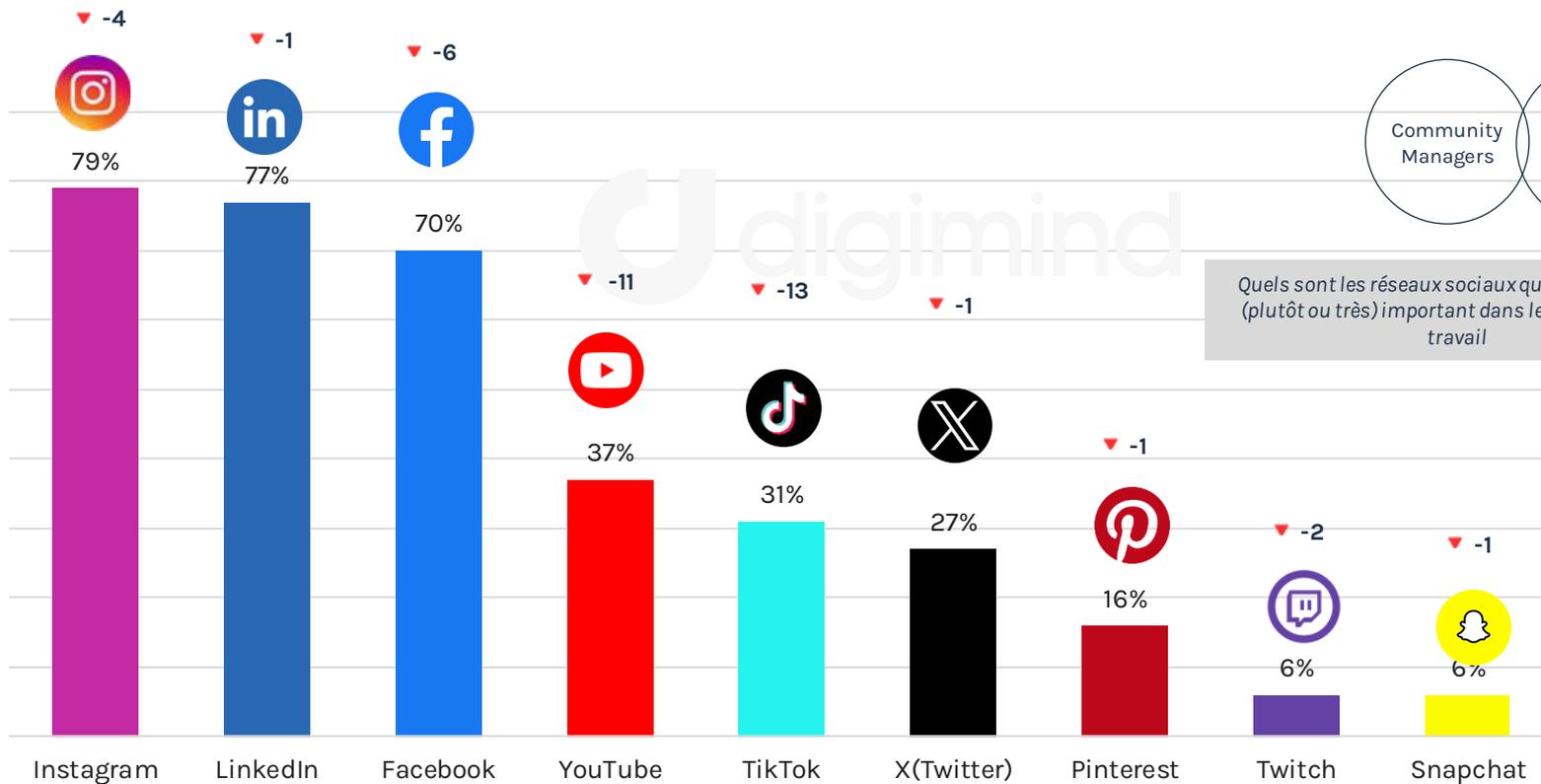


# Marketing Digital

# Social Media Marketing



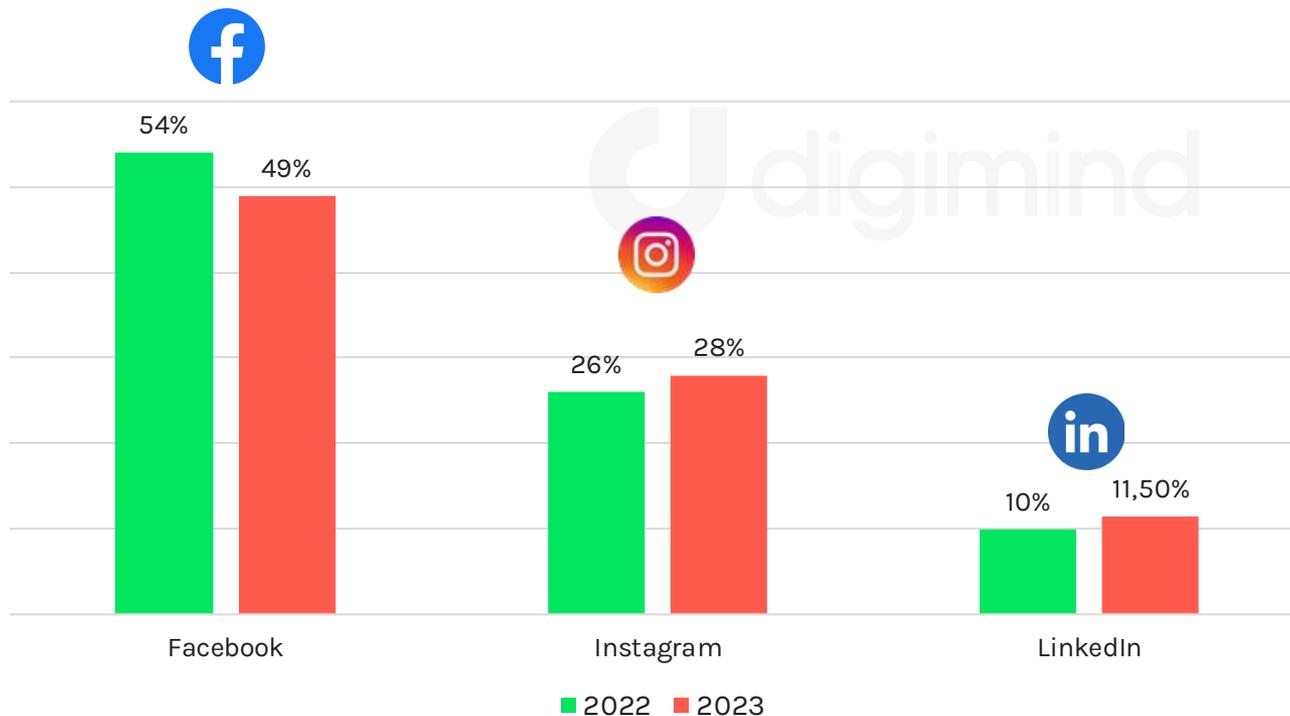
# Les réseaux sociaux préférés des Community managers en France en 2023



Source : Enquête sur les community managers en France 2023. Blog du Modérateur. ▼ ▲ Variation 2023/ 2022



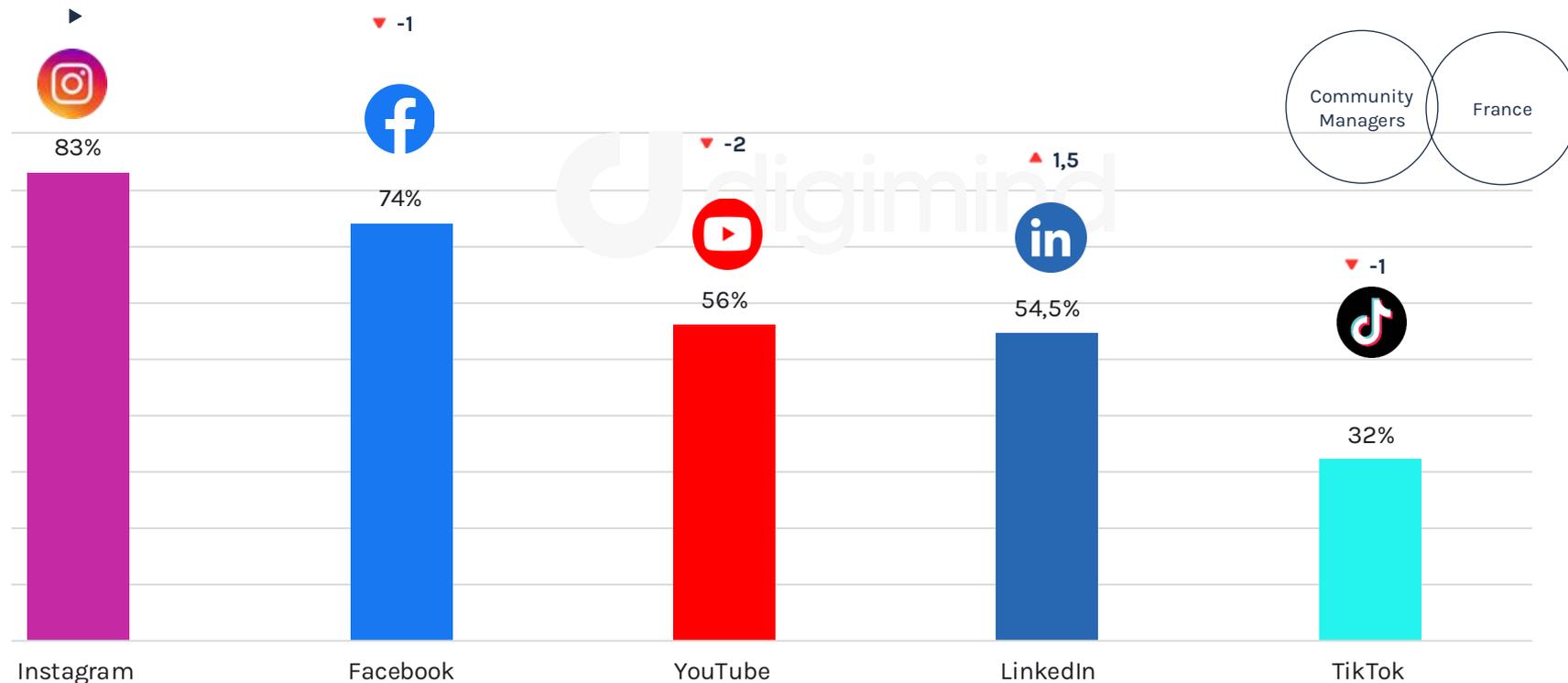
# Les plateformes privilégiées des CM pour la publicité. 2023



Source : Enquête sur les community managers en France 2023 Blog du Modérateur



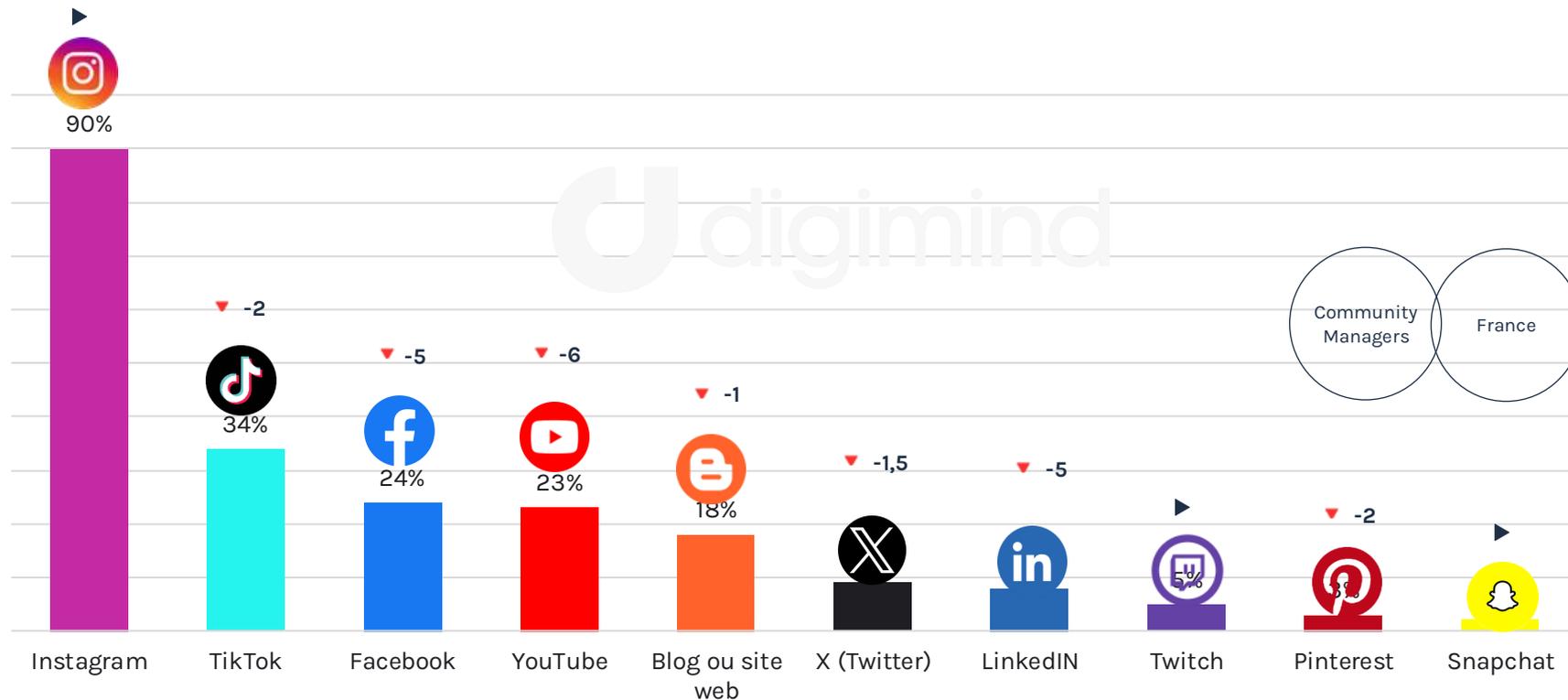
# Les plateformes préférées des Community managers pour publier des vidéos. 2023



Source : Enquête sur les community managers en France 2023. Blog du Modérateur. ▼ ▲ Variation 2023/ 2022



# Les plateformes privilégiées des CM pour un partenariat avec des influenceurs. 2023

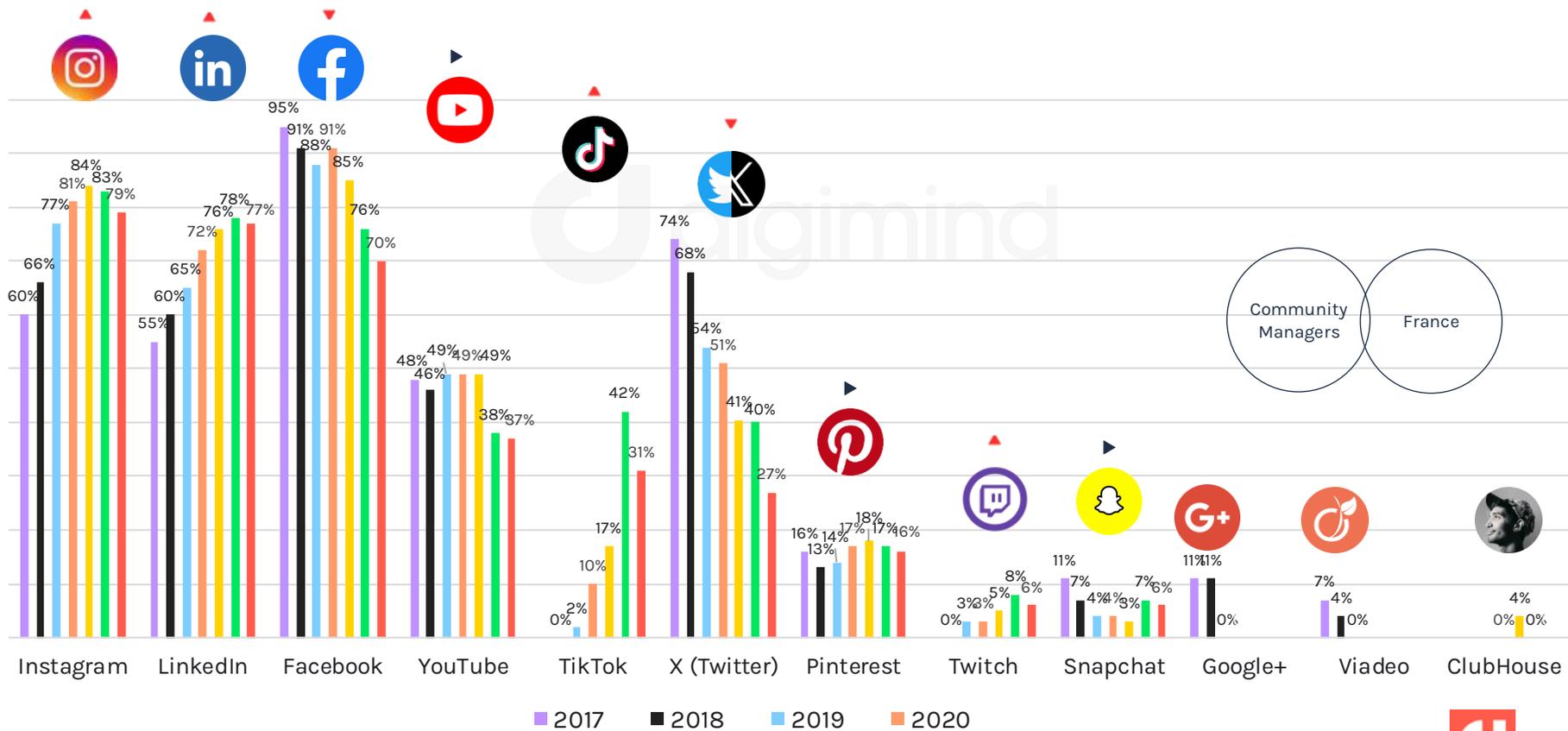


Source : Enquête sur les community managers en France 2023 Blog du Modérateur

▲ ▼ Variations 2023/2022



# Les réseaux sociaux préférés des CM en France. Evolution 2017-2023

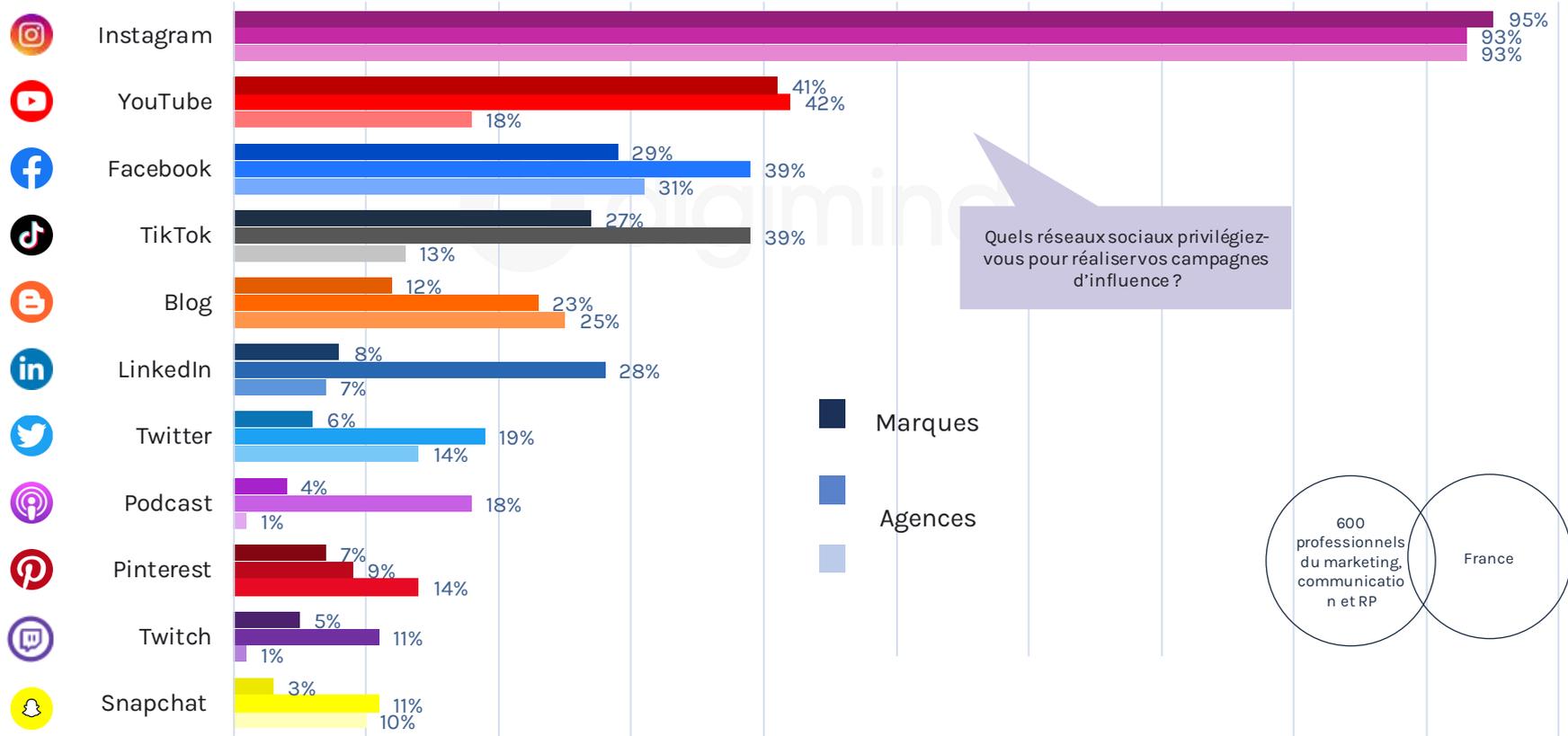


Source : Etudes Blog du Modérateur 2017-2018-2019-2020-2021-2022-2023

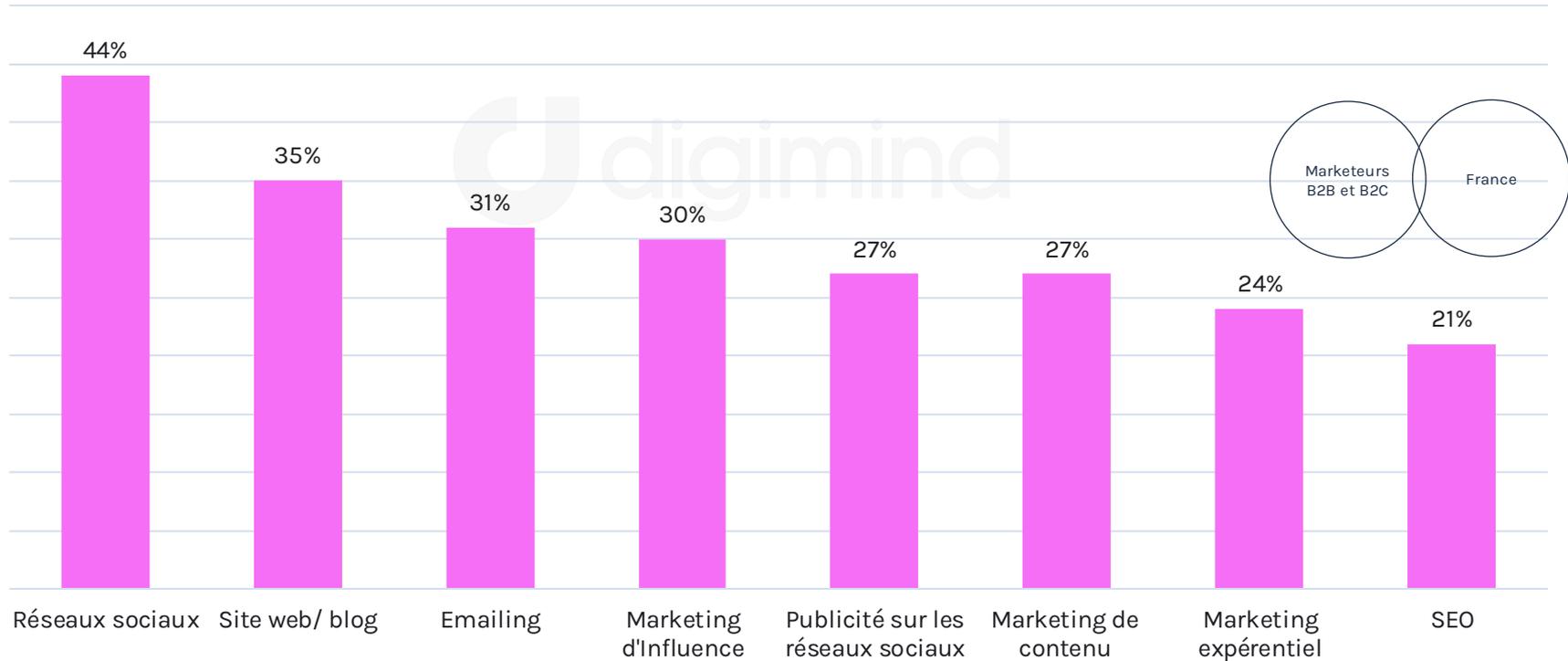
▲ ▼ Variations globales 2017-2023



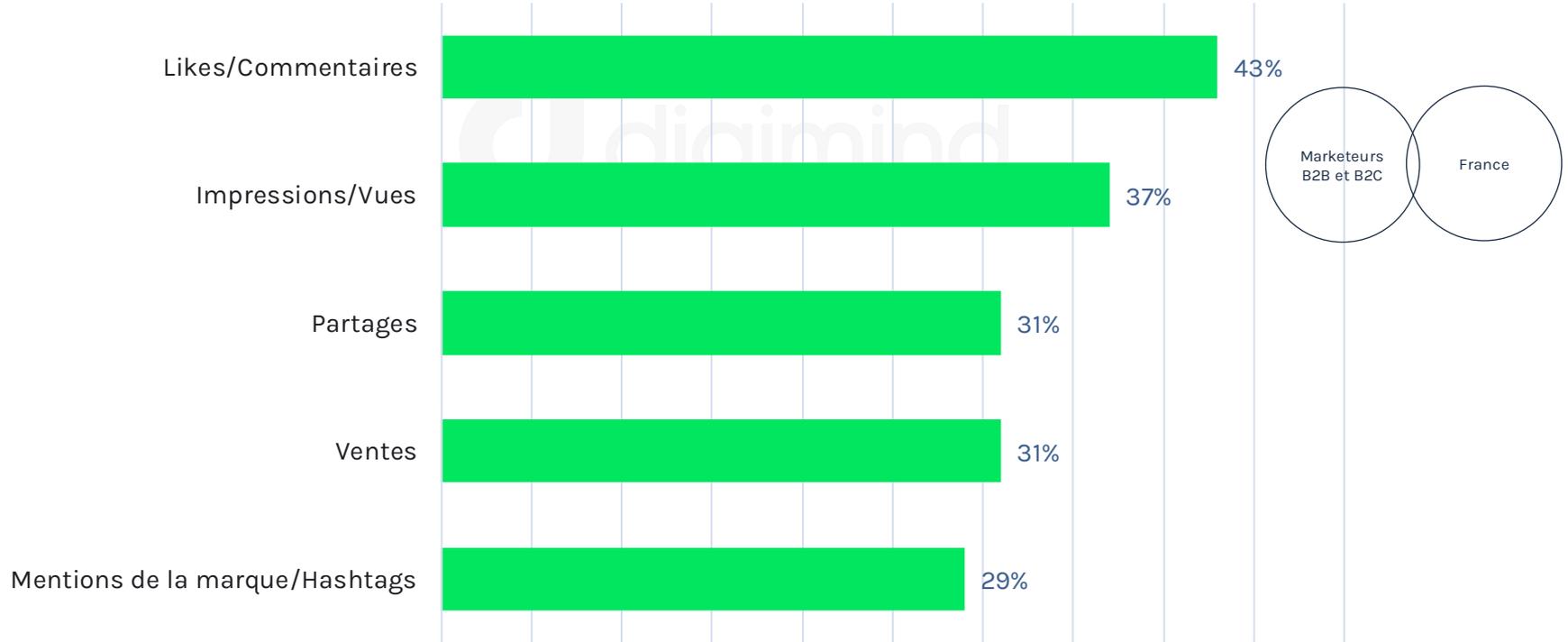
# Les réseaux préférés de l'Influence Marketing



# Les canaux marketing de référence pour les marketeurs en France

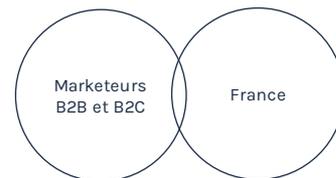
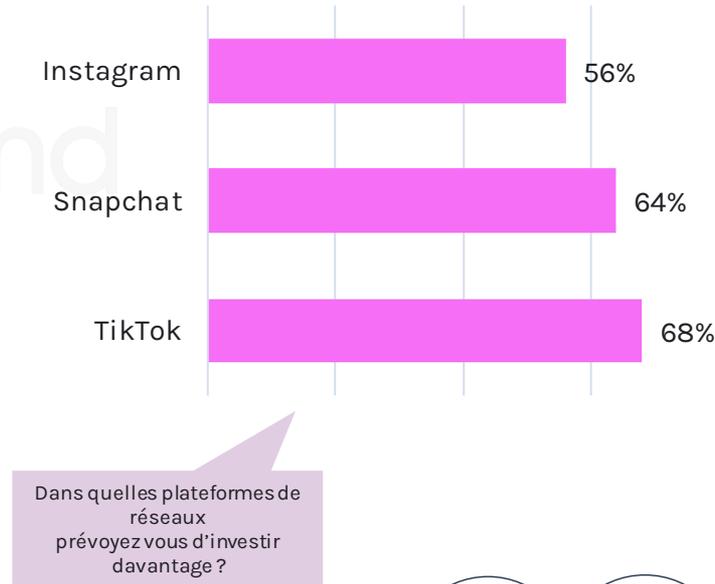
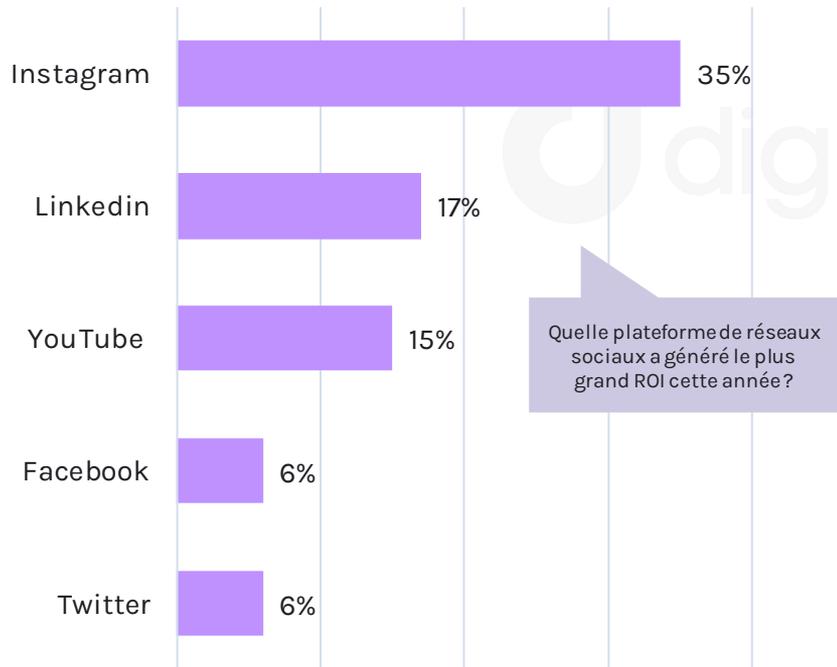


# Indicateurs suivis par les marketeurs pour mesurer l'efficacité de leur stratégie réseaux sociaux



# Les réseaux sociaux au plus grand ROI cette année

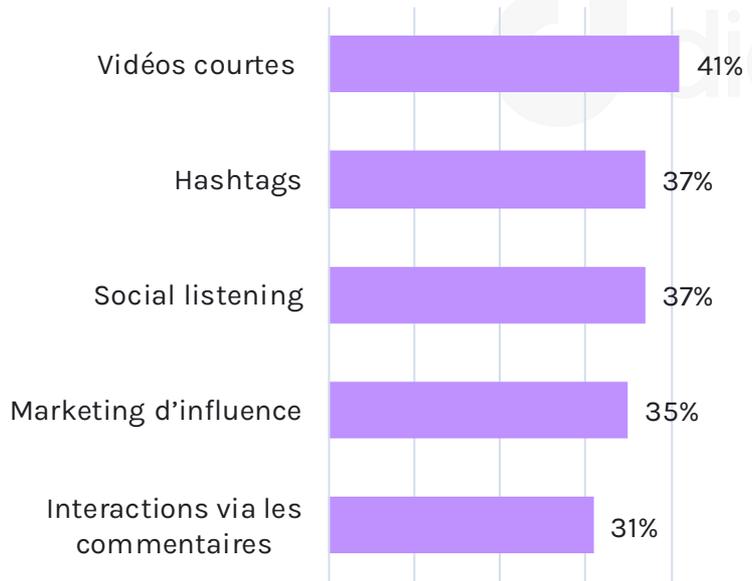
## Les canaux prioritaire où un investissement est prévu



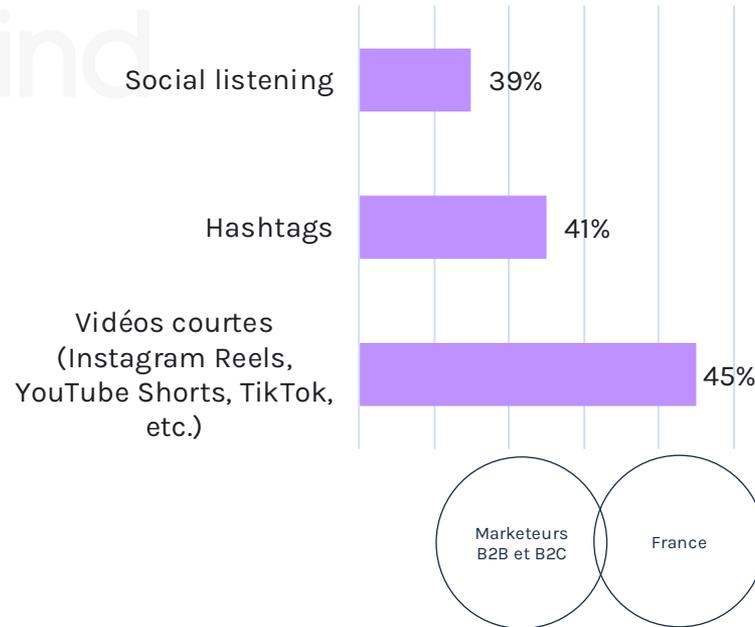
# Les stratégies les plus utilisées sur les réseaux sociaux par les marketeurs



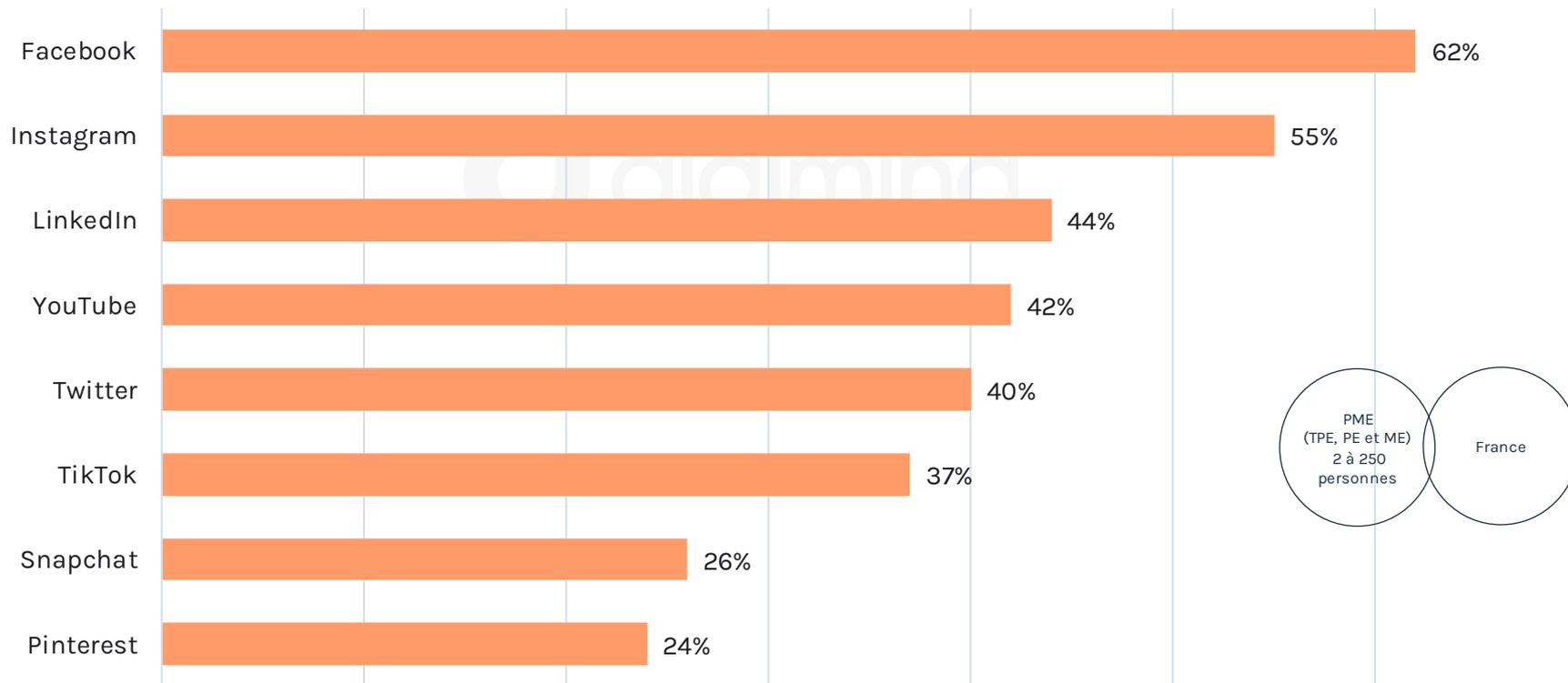
## Les stratégies les plus utilisées sur les réseaux sociaux



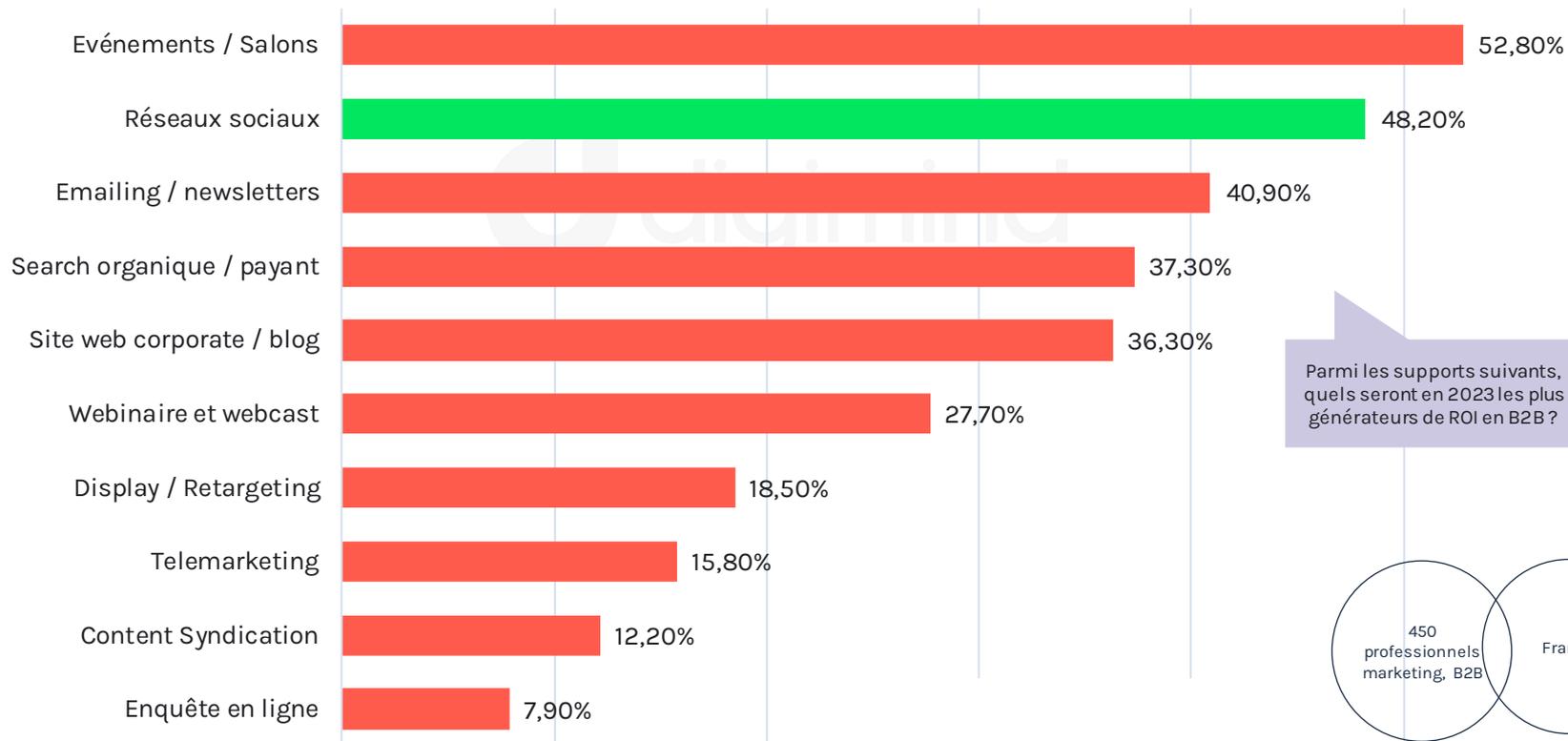
## Les stratégies qui génèrent le plus d'engagement



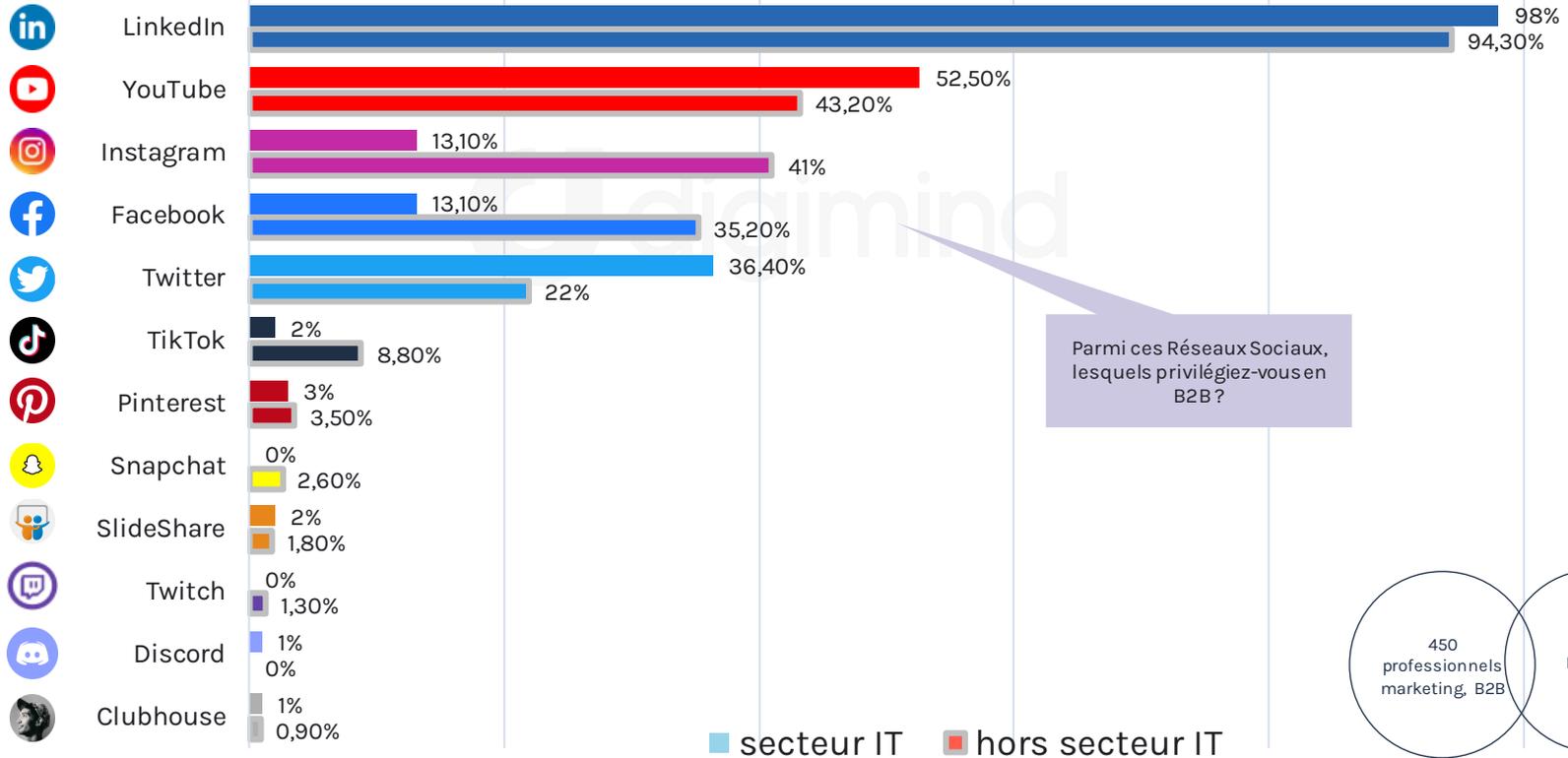
# Les plateformes de réseaux sociaux utilisées par les PME



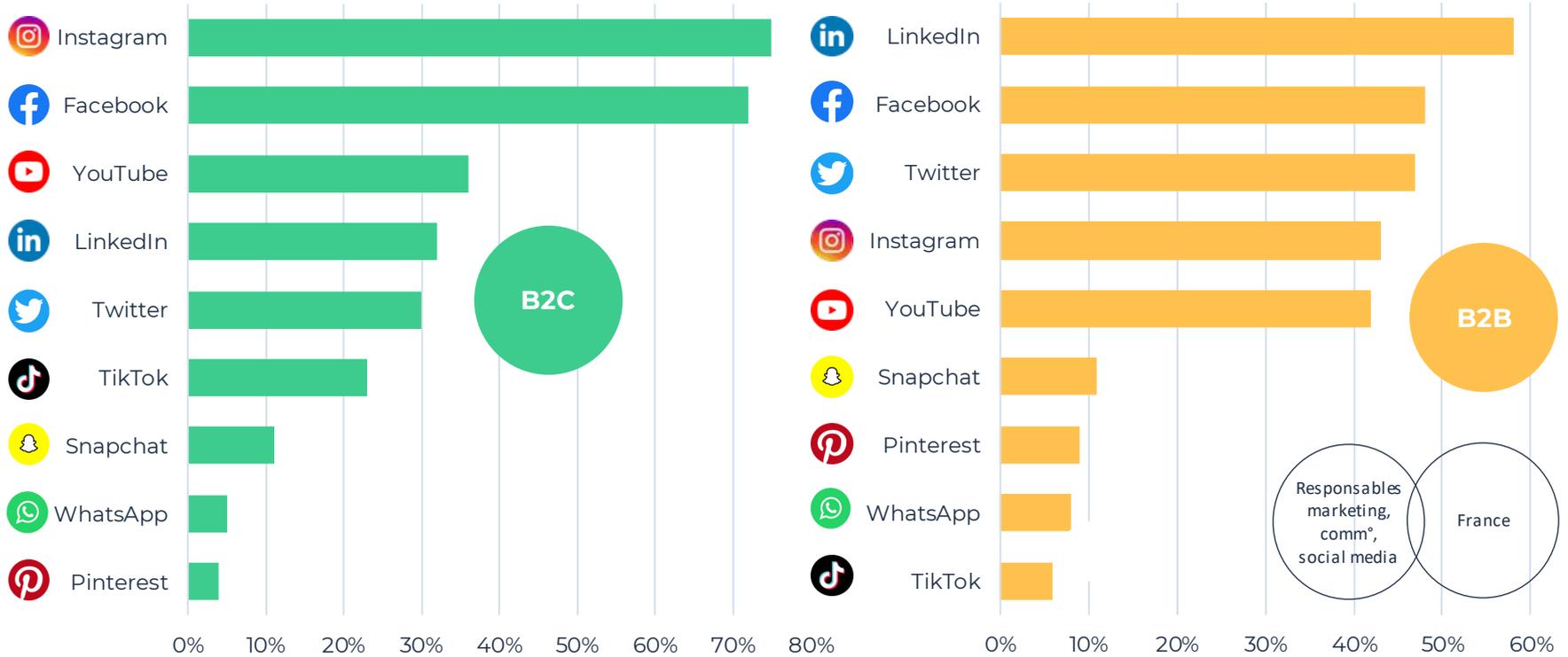
# Les supports les plus générateurs de ROI selon les marketeurs B2B



# Les réseaux sociaux privilégiés par les marketeurs B2B



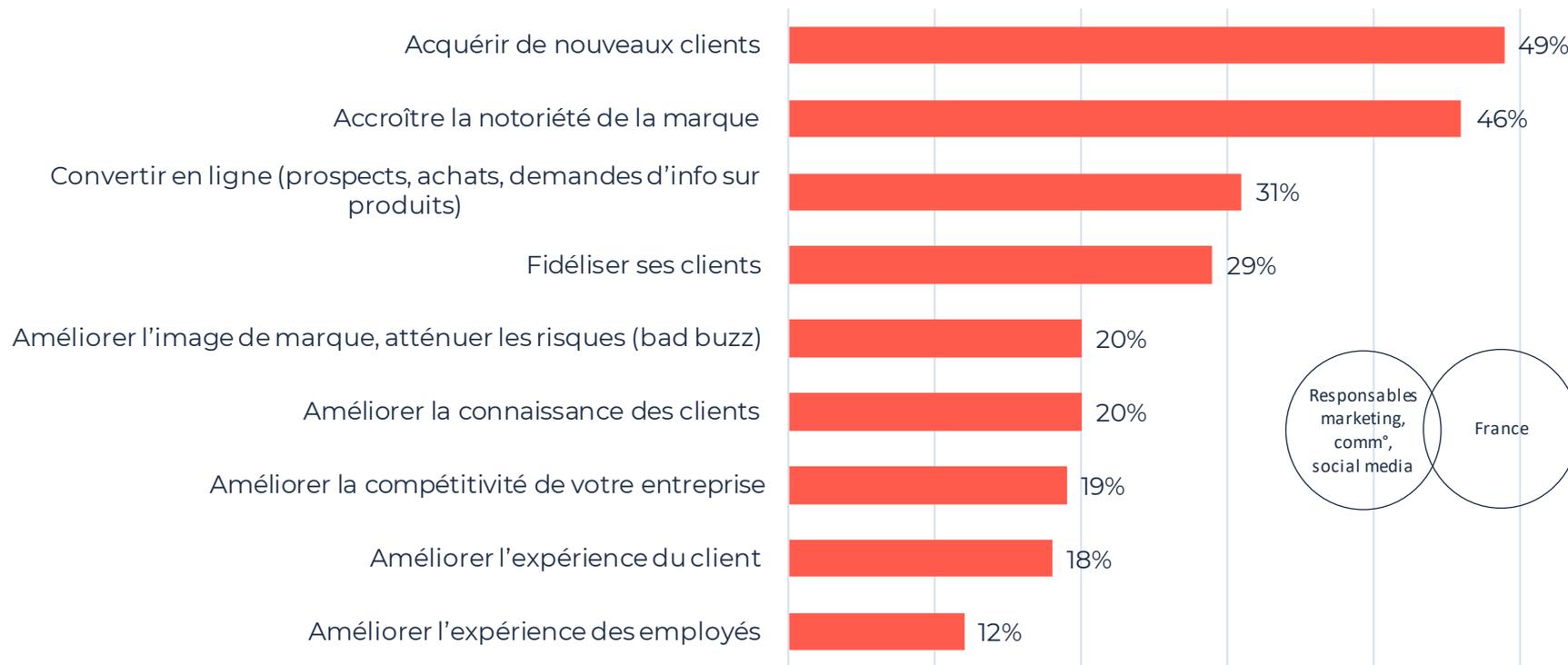
# Les plateformes social media jugées les plus efficaces par les marketeurs : B2C B2B. France



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



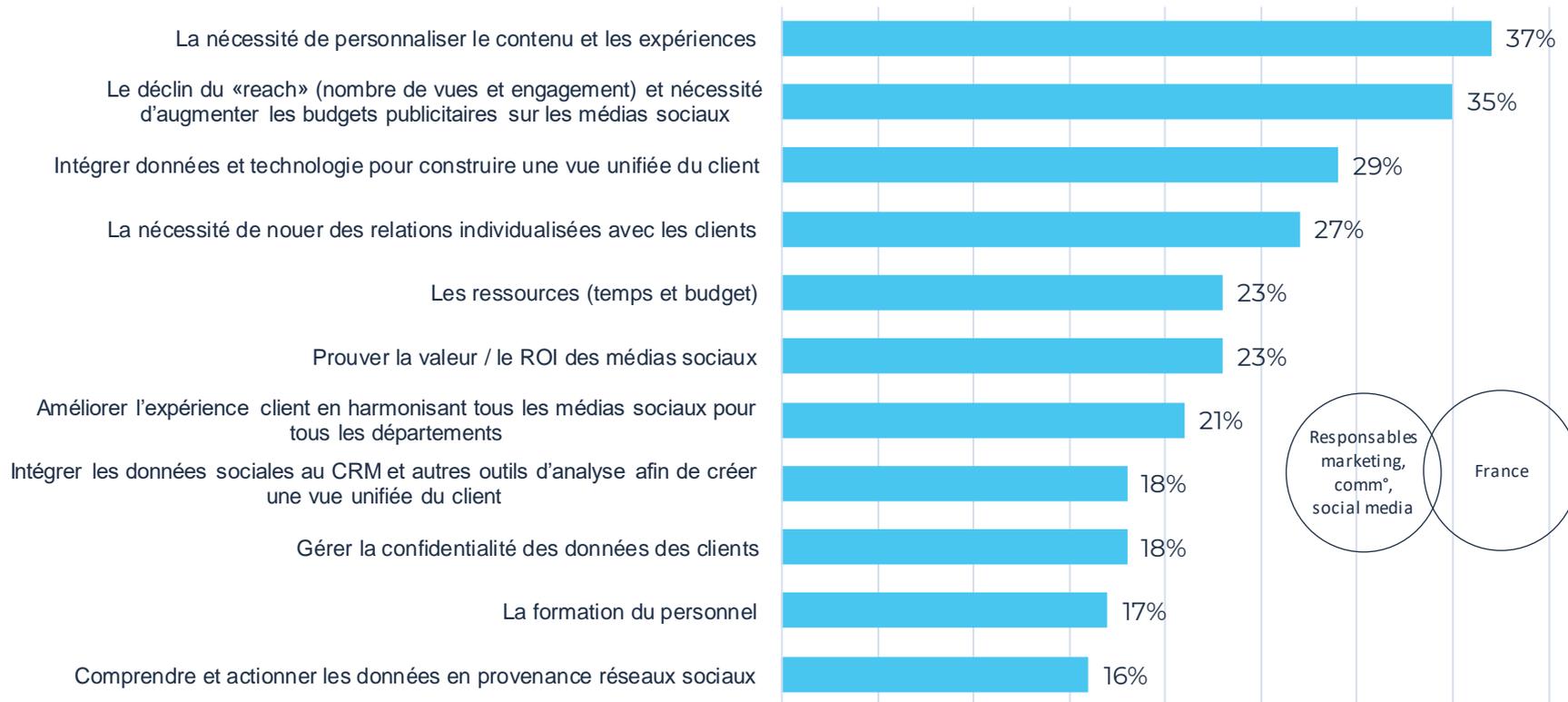
# Les trois principaux objectifs que les entreprises souhaitent atteindre grâce aux médias sociaux en 2021. France



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



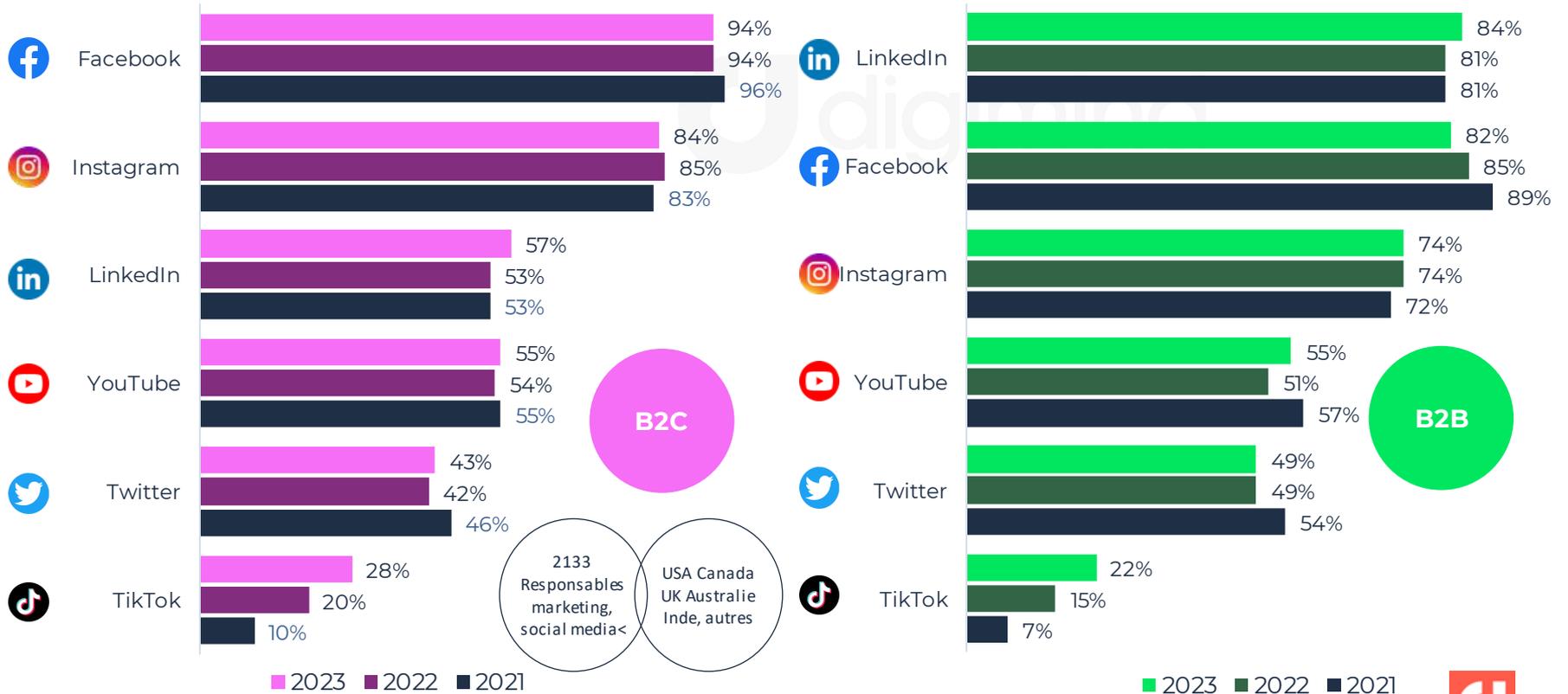
# Les plus grands défis en matière de médias sociaux pour les entreprises. France



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



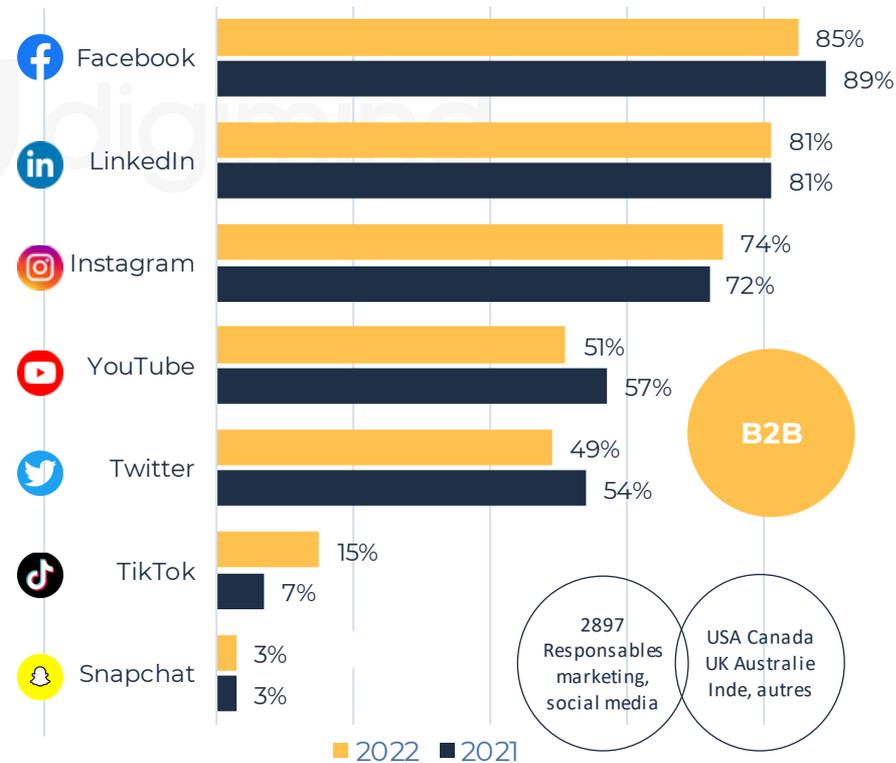
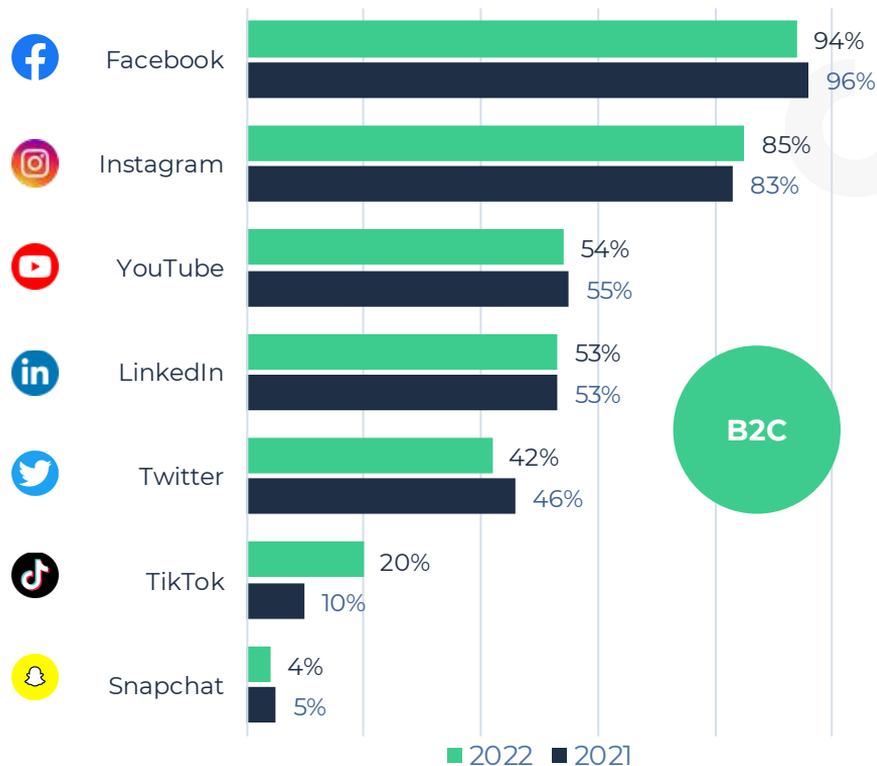
# Les plateformes social media les plus utilisées par les marketeurs. B2C vs B2B. Monde



Source : Social Media Examiner 2023-2022-2021 – Social Media Marketing Industry Report



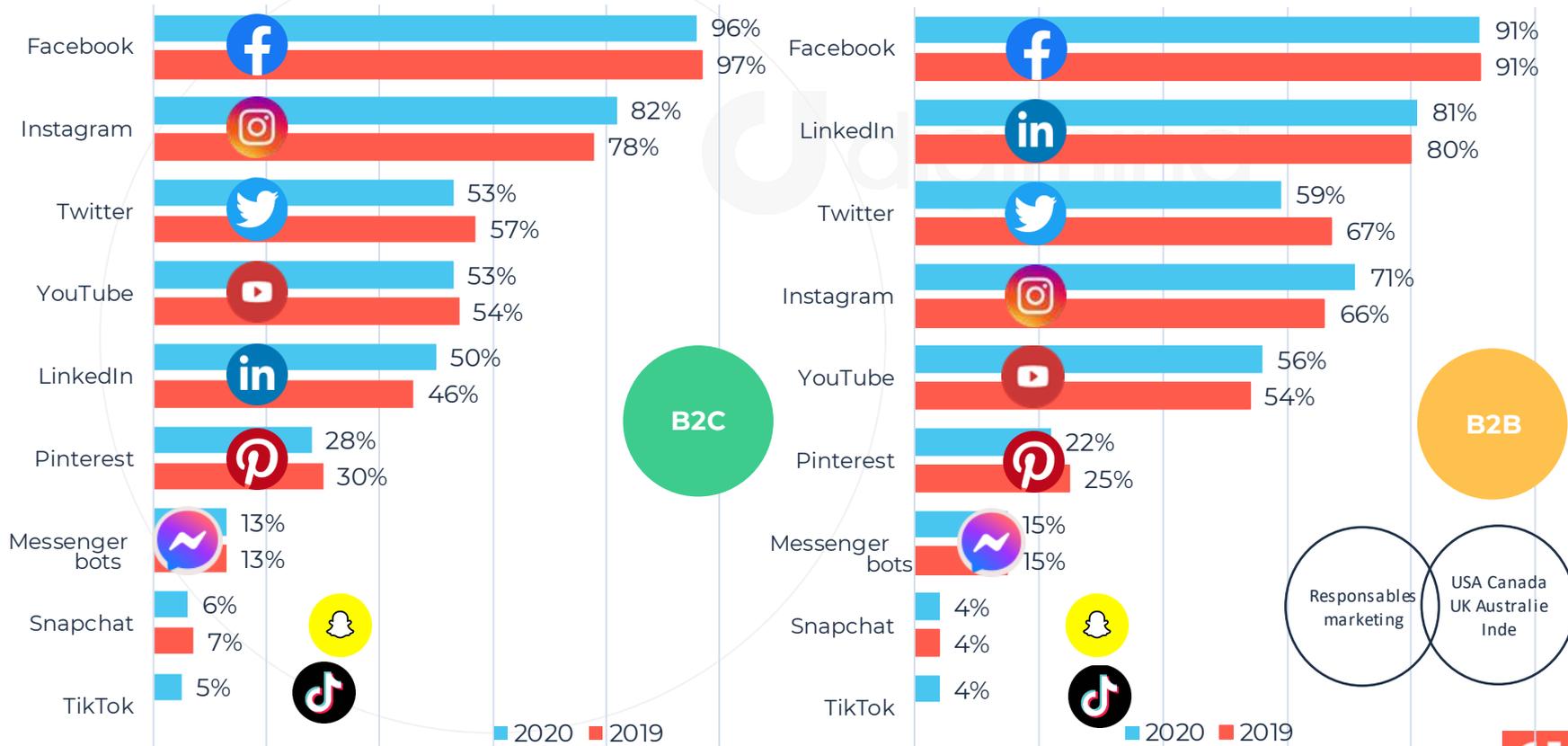
# Les plateformes social media les plus utilisées par les marketeurs. B2C vs B2B. Monde



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



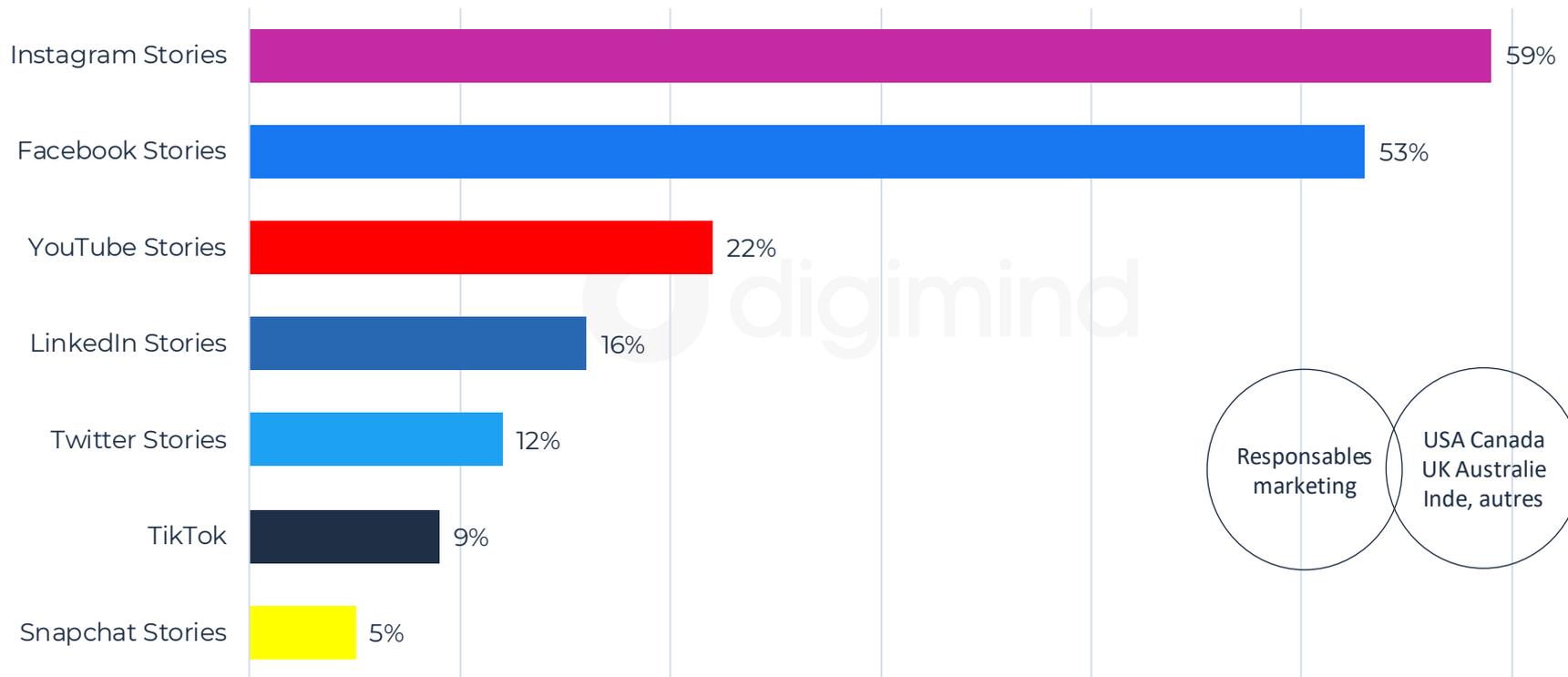
# Les plateformes social media les plus utilisées par les marketeurs : B2C vs B2B



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



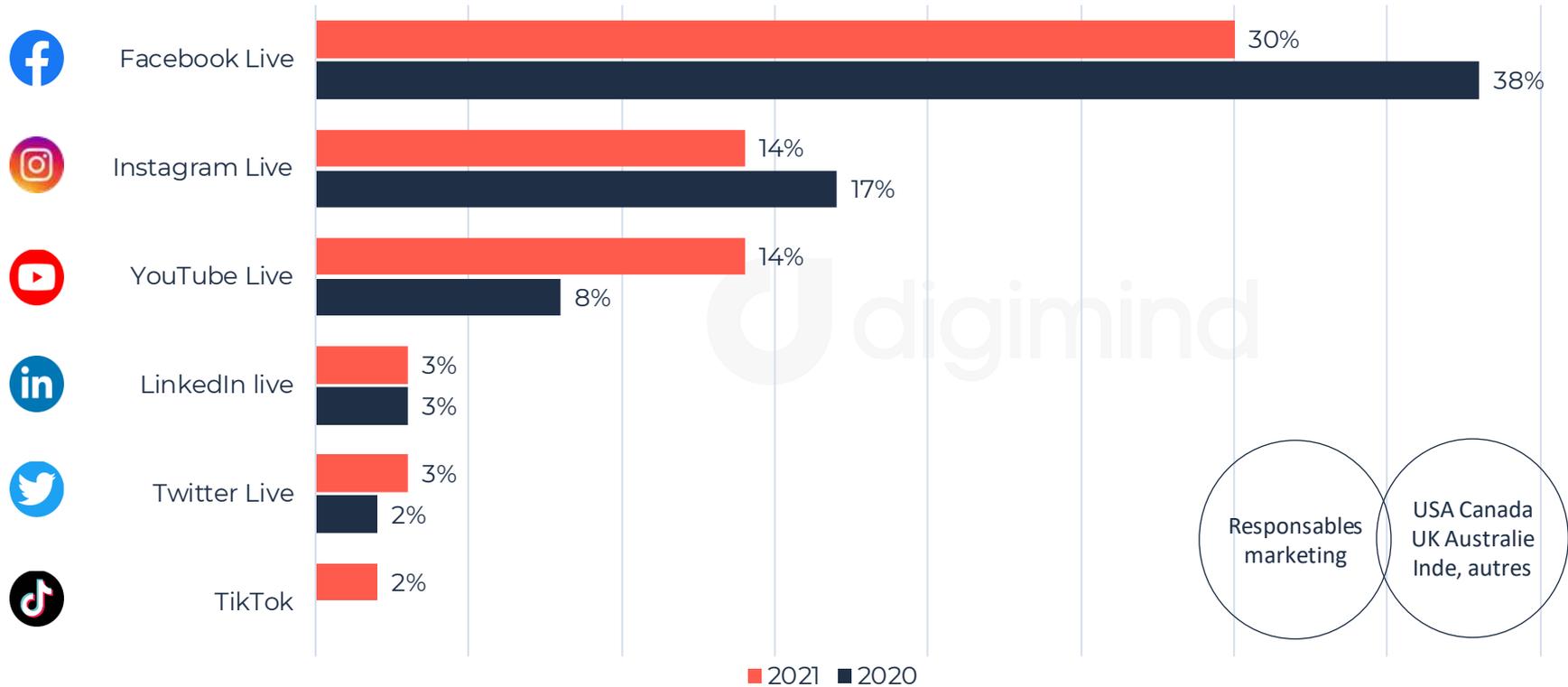
# Les Stories ou vidéos courtes (<30s) utilisées par les marketeurs. Monde



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



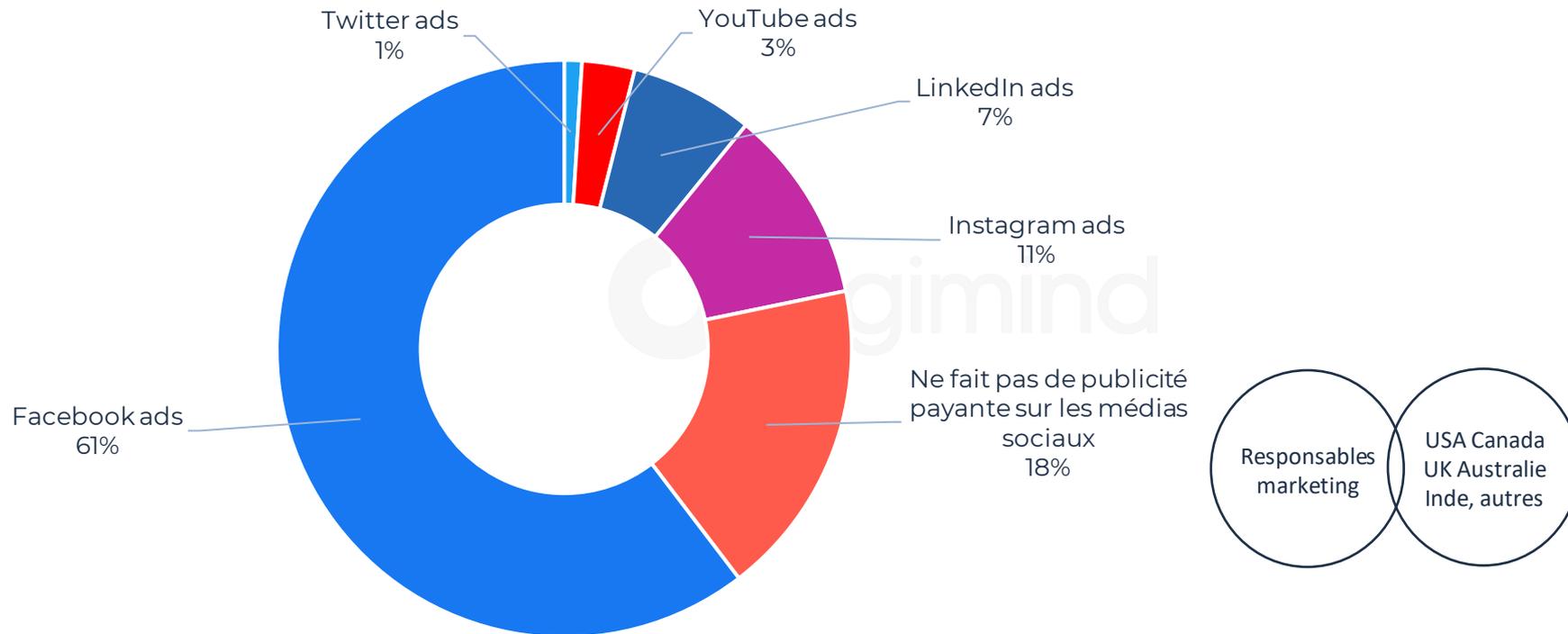
# Les canaux Vidéos les plus utilisés pour le Live par les marketeurs. Monde



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



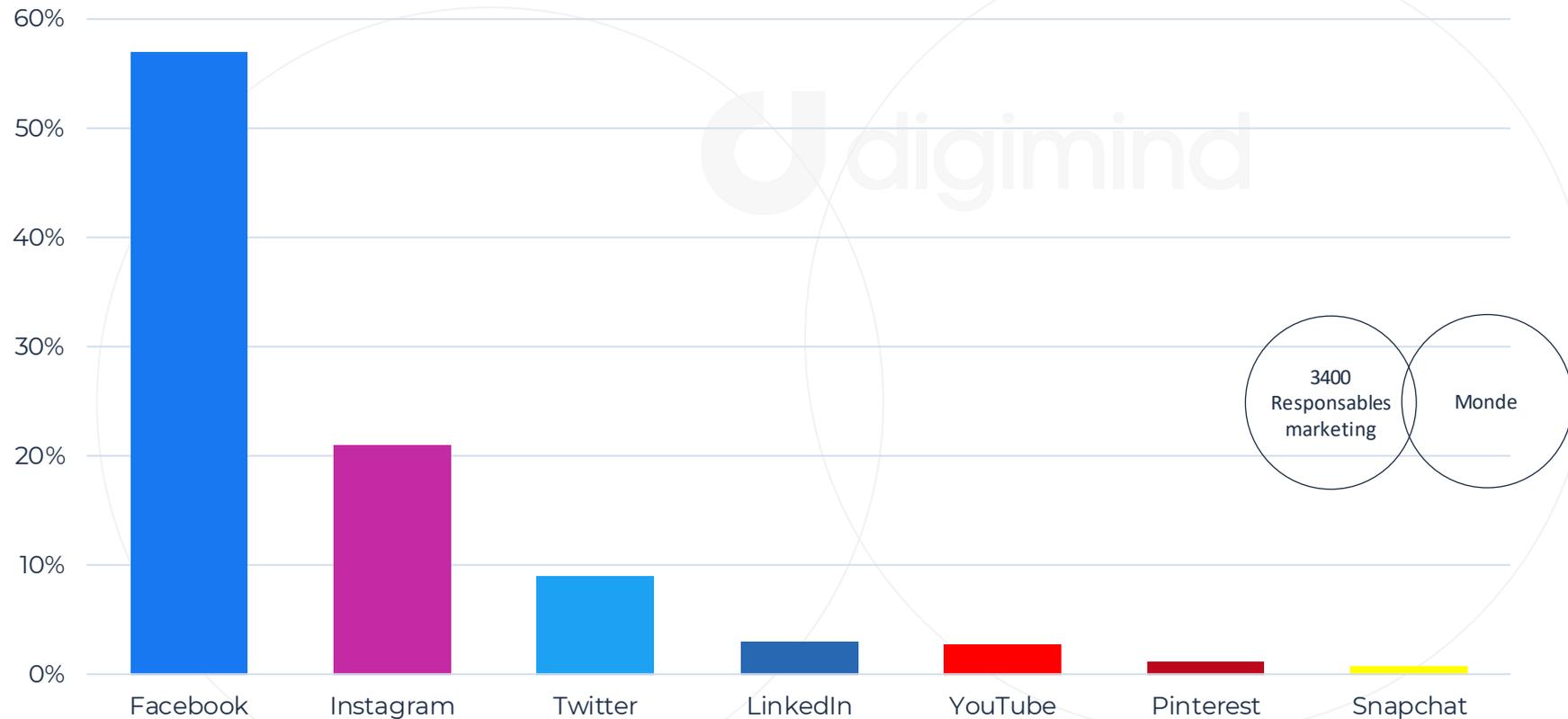
# Les plateformes jugées les plus importantes pour la publicité par les marketeurs. Monde



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



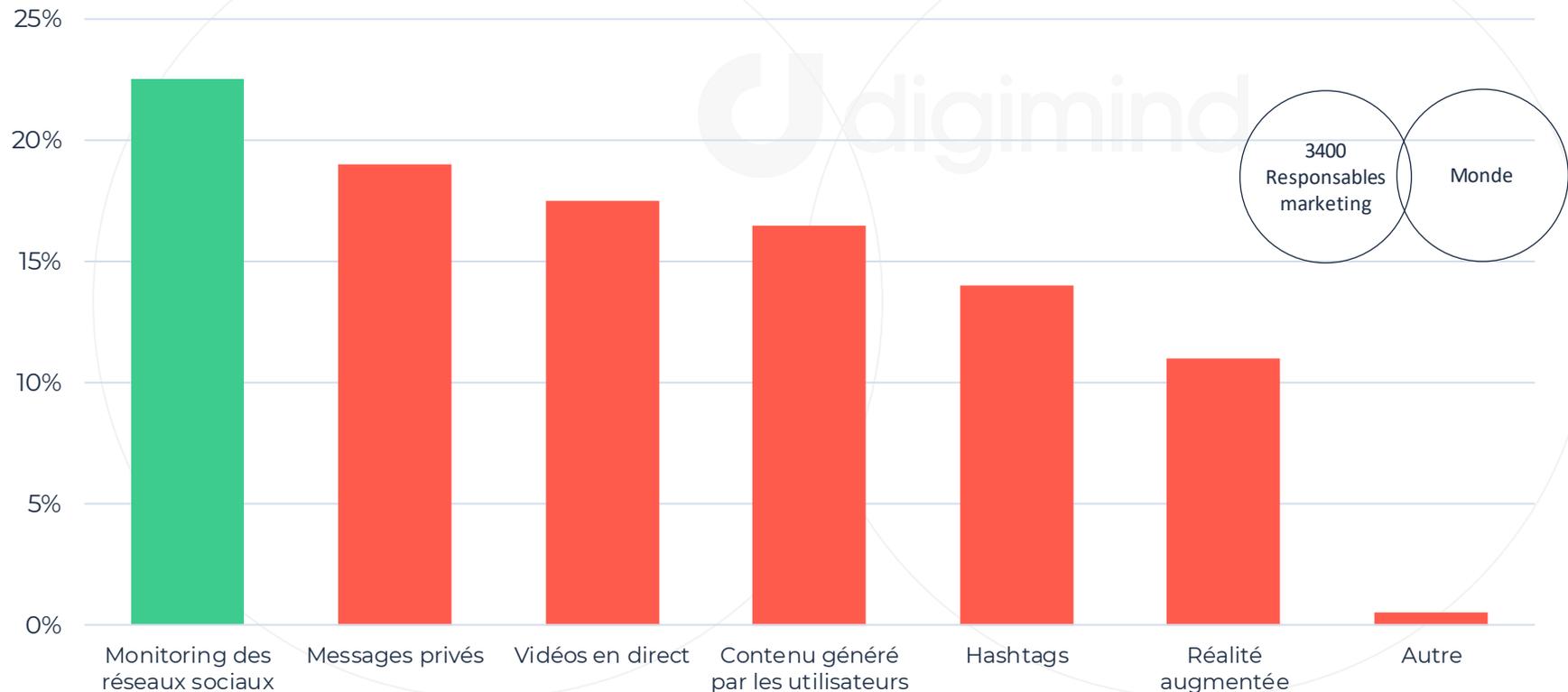
# Les réseaux sociaux générant le meilleur ROI selon les marketeurs



Source : Rapport sur l'évolution du marketing HubSpot 2020



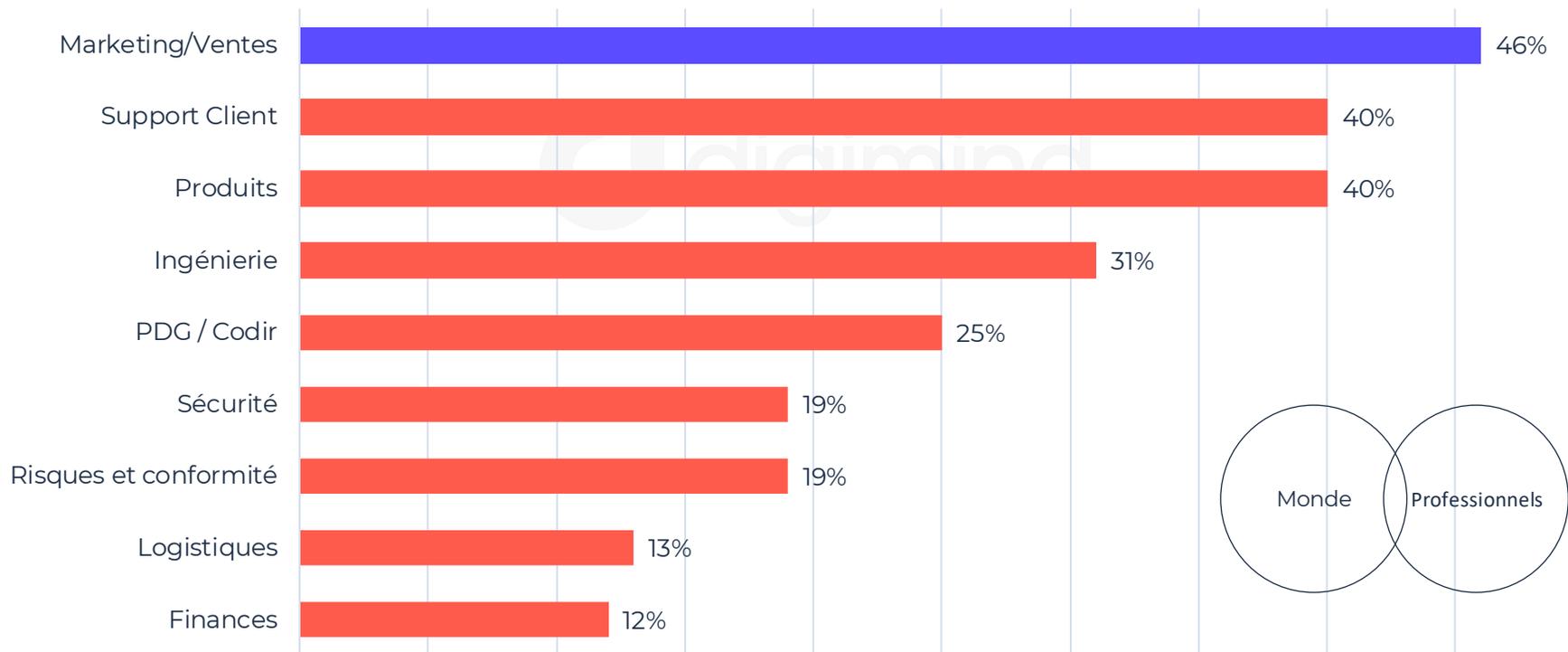
# Les tactiques utilisées en matière de marketing sur les réseaux sociaux



Source : Rapport sur l'évolution du marketing HubSpot



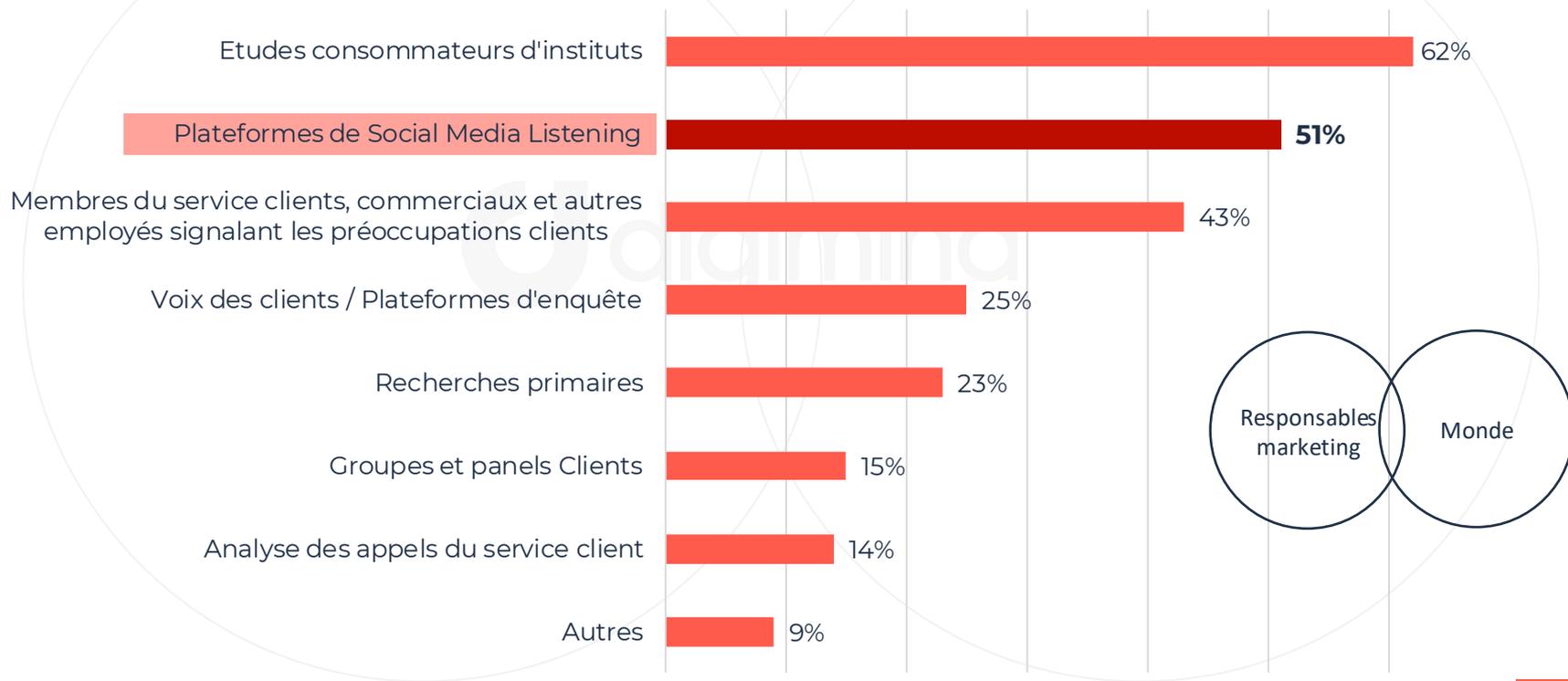
# Quels départements de votre organisation dirigent ou évaluent l'investissement et l'adoption des systèmes d'IA.



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



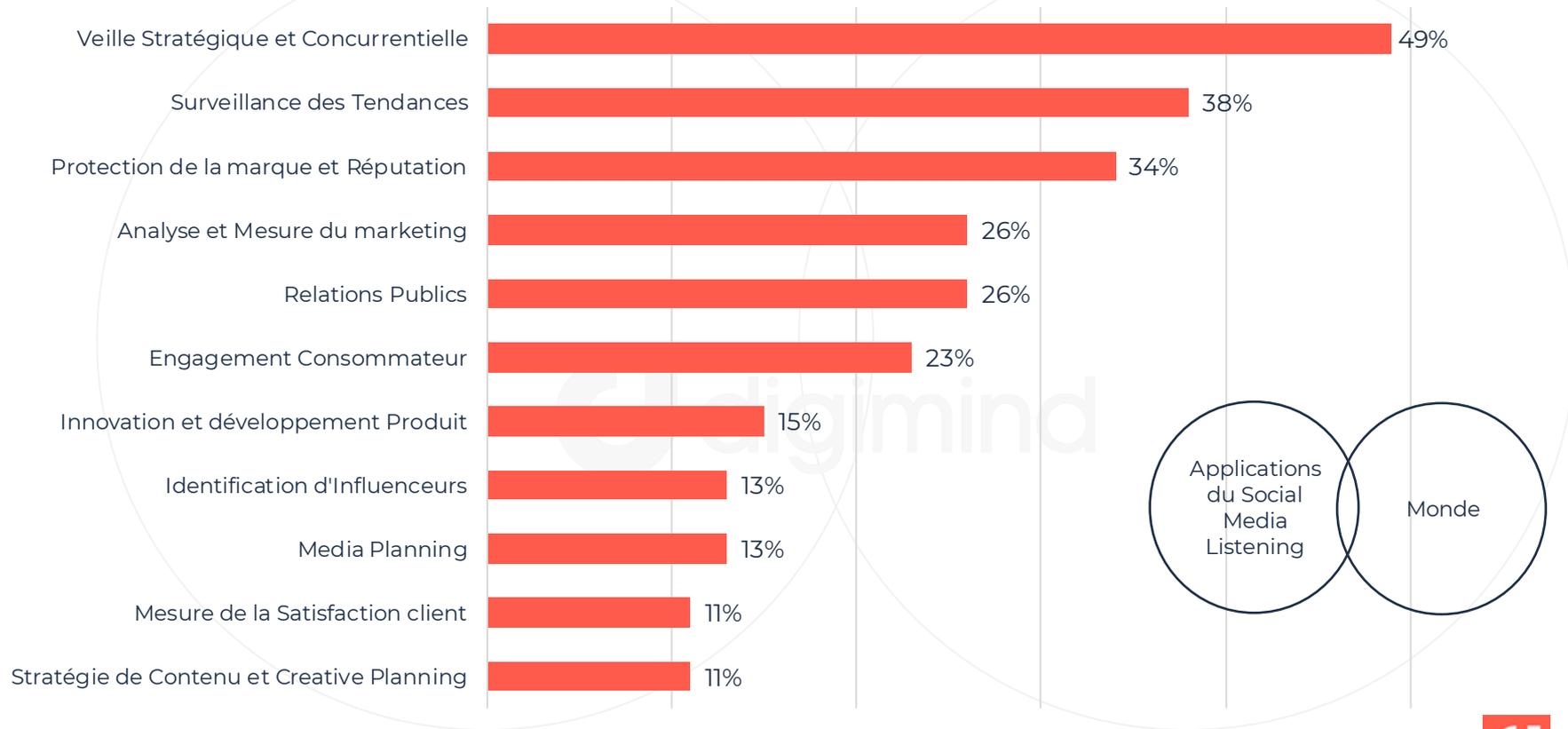
## Quelles sources d'information rapides sur les consommateurs ont utilisées les responsables marketing pendant la crise du covid ?



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



# Les objectifs business du social media listening



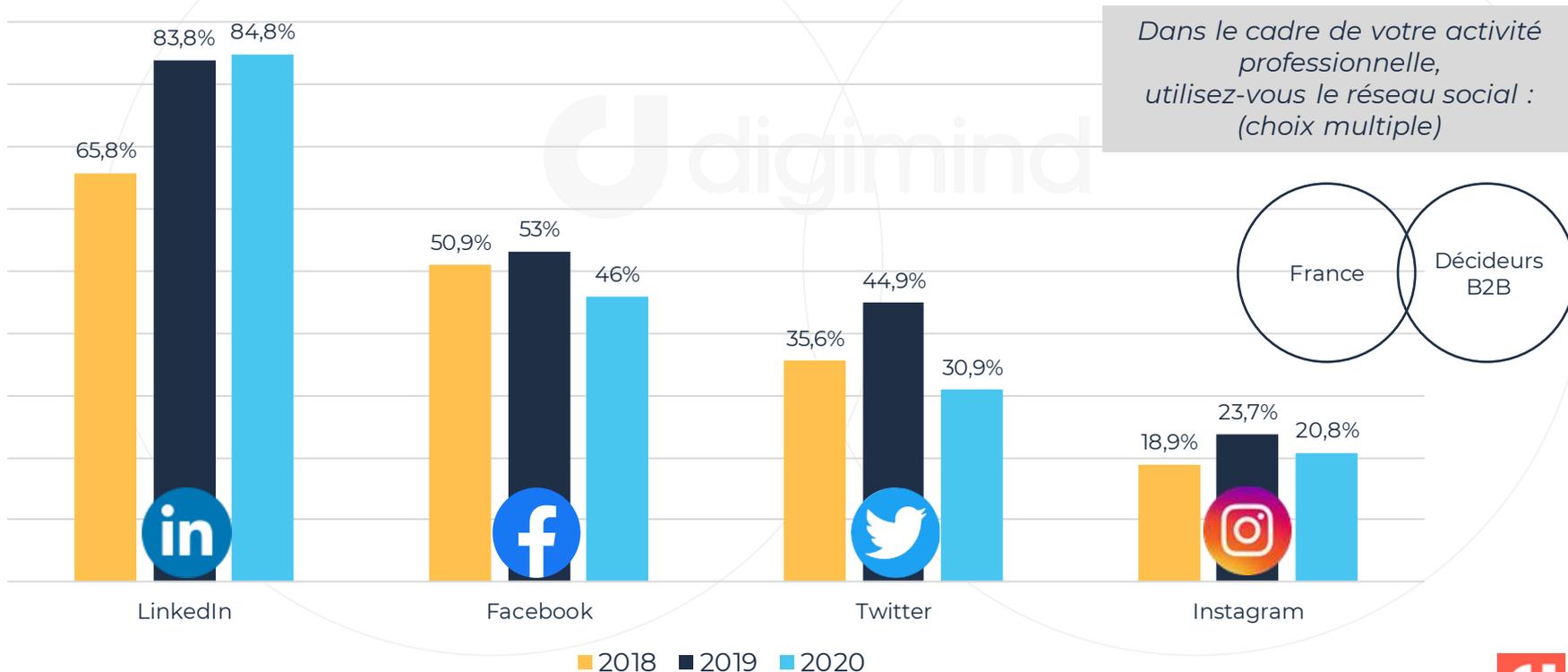
Source : Forrester - Q2 2018 Global Social Listening Platforms Forrester Wave



# Social Selling



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



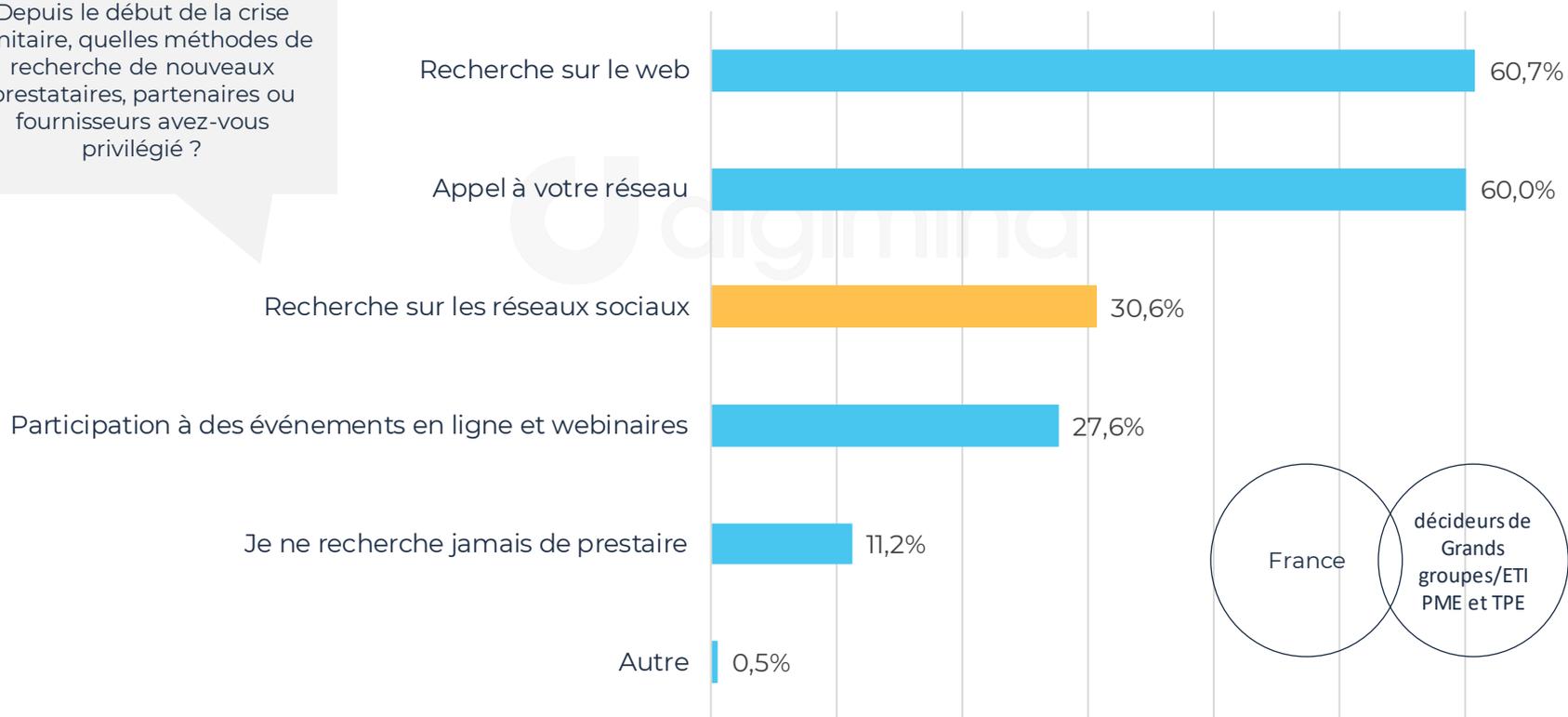
Source : Baromètre Social Selling 2020 | Intuiti & La Poste Solutions Business. Décideurs B2B



# Les canaux de recherche de prestataires en B2B. France



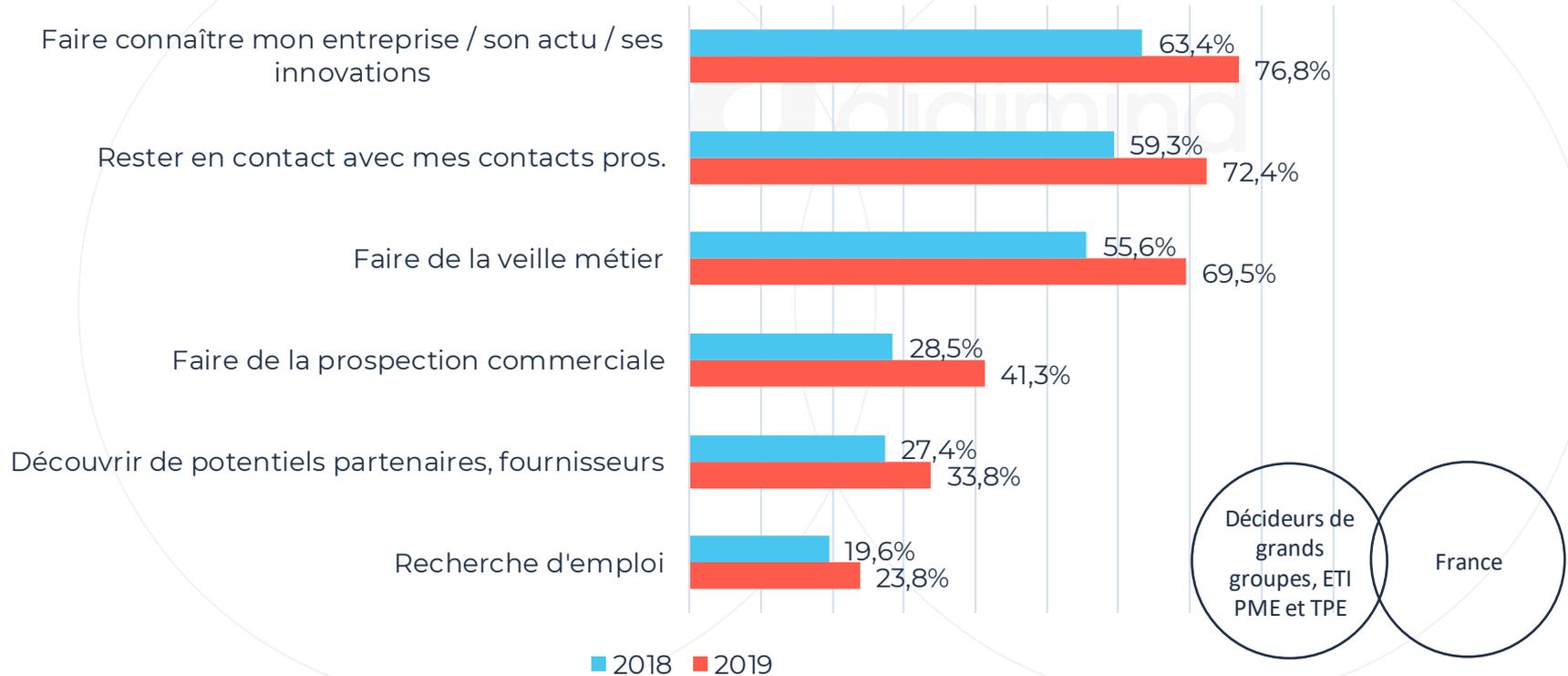
Depuis le début de la crise sanitaire, quelles méthodes de recherche de nouveaux prestataires, partenaires ou fournisseurs avez-vous privilégié ?



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



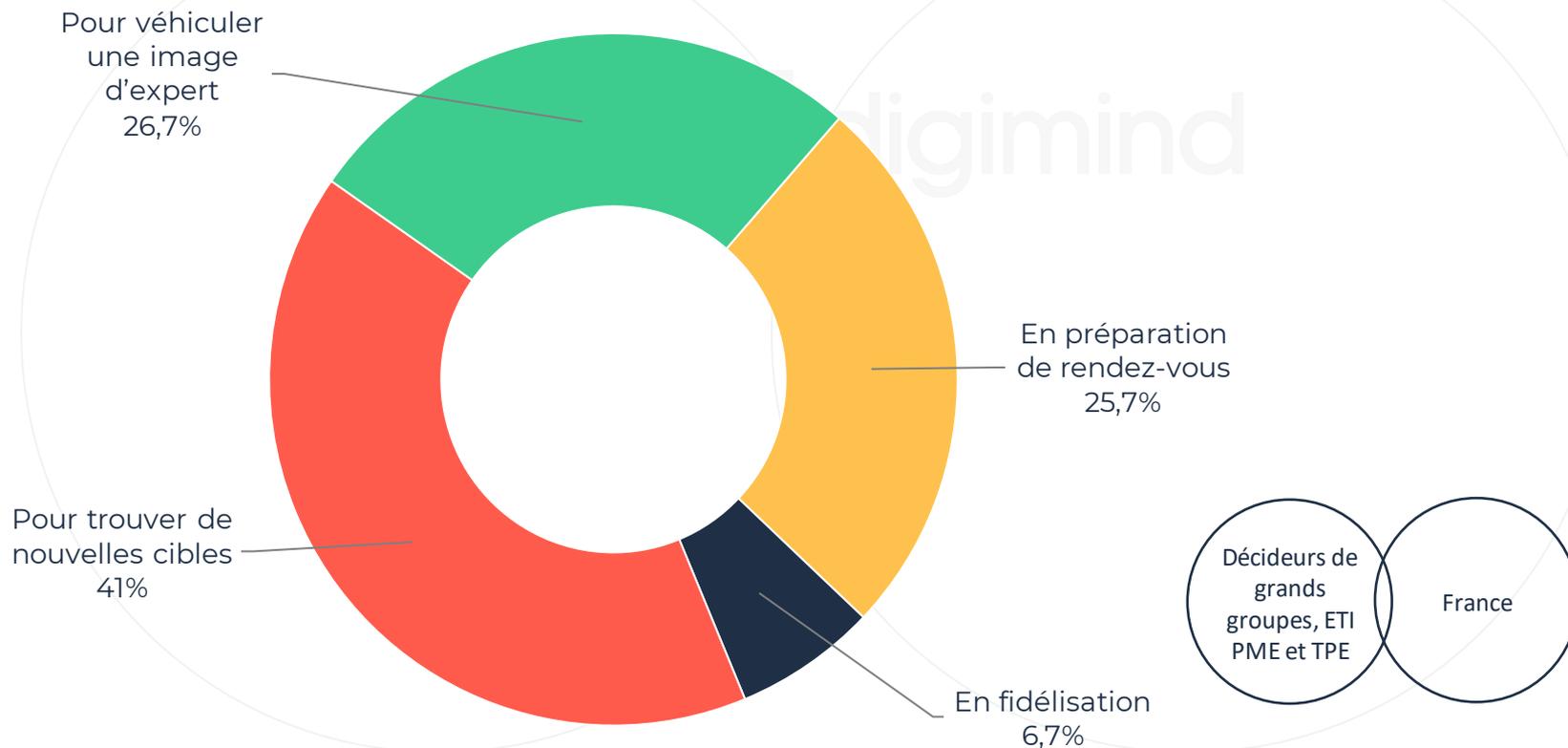
# Les principaux objectifs de l'utilisation des réseaux sociaux dans un cadre professionnel



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



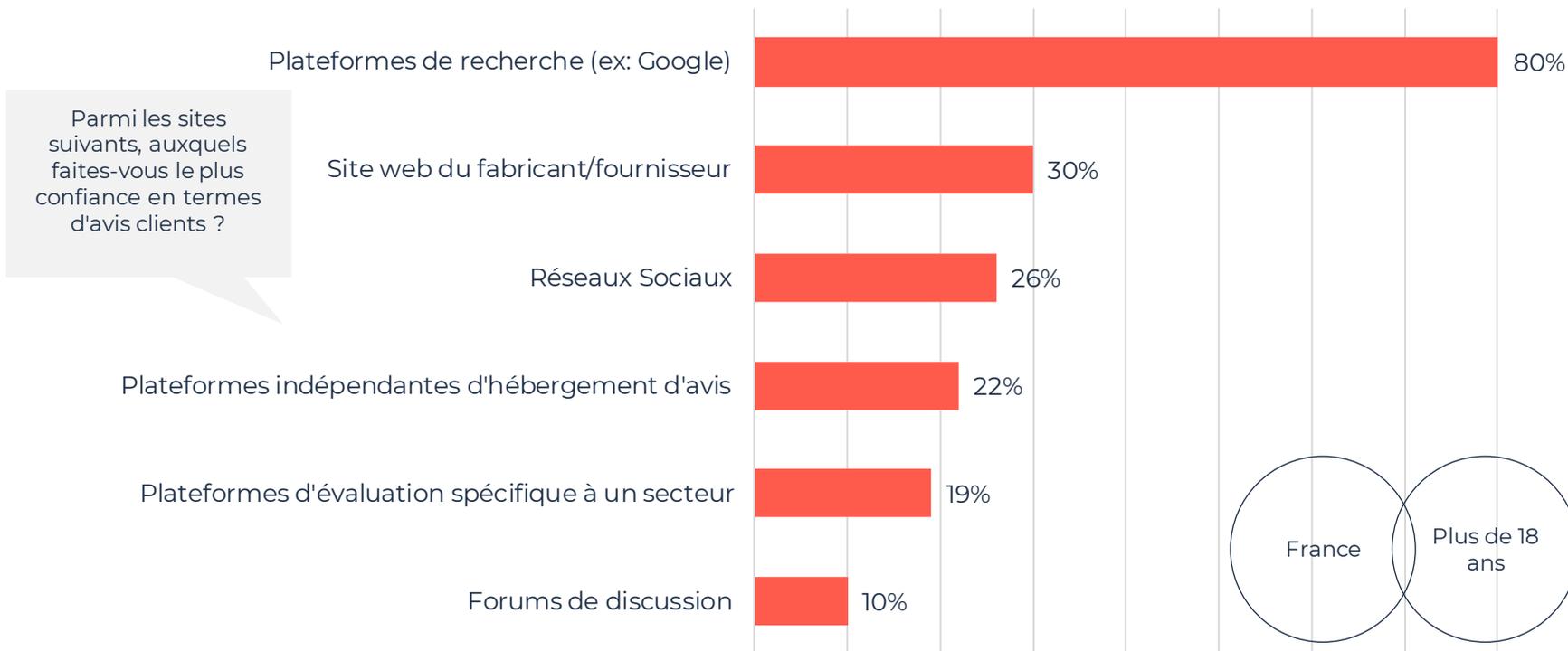
# La raison principale de l'usage des réseaux sociaux par les commerciaux



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



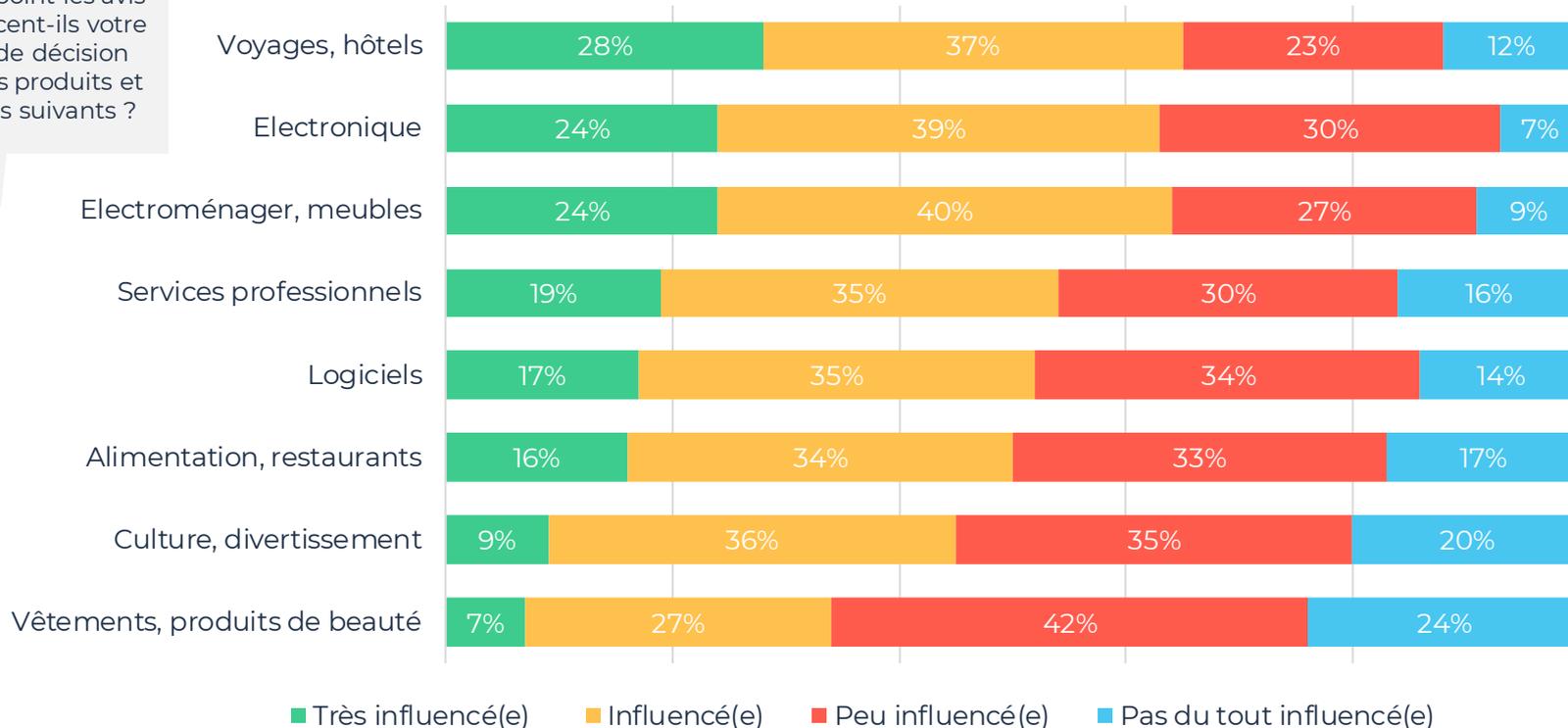
Source : Capterra Users Reviews 2020 n° 496



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



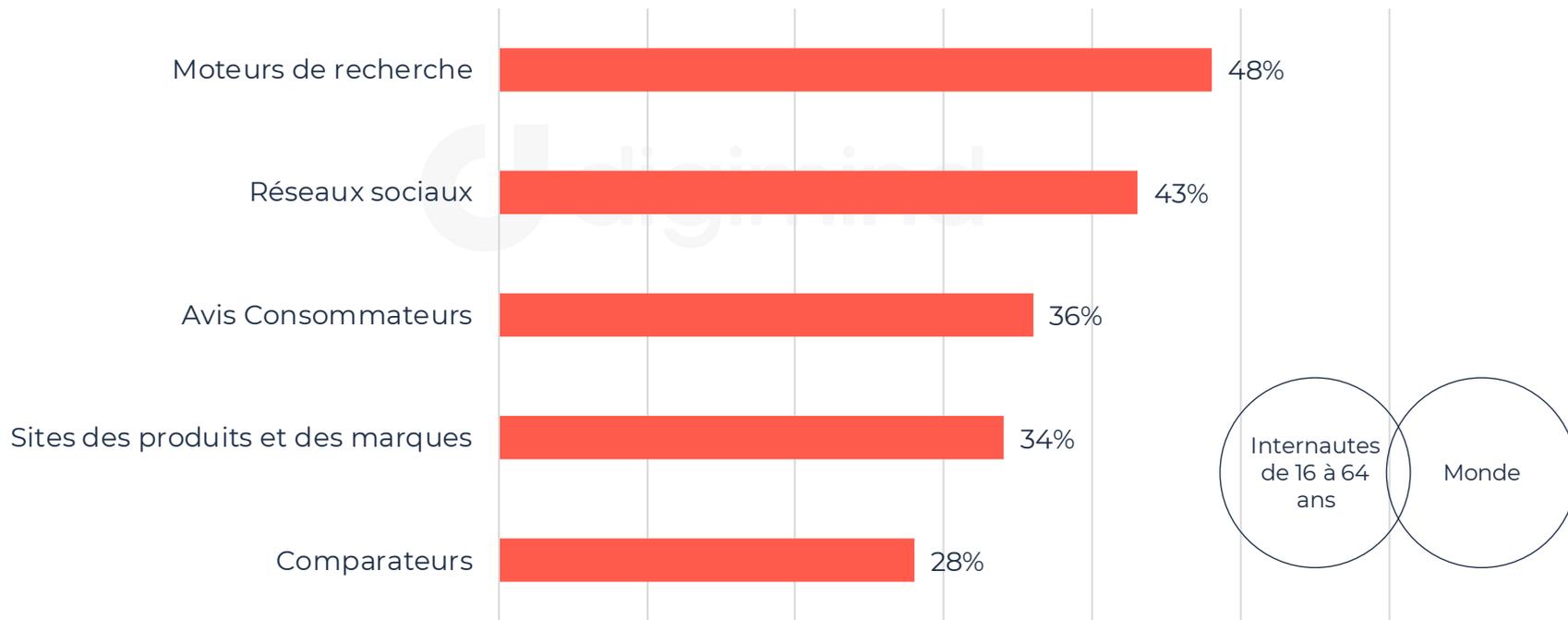
A quel point les avis influencent-ils votre prise de décision pour les produits et services suivants ?



Source : Capterra Users Reviews 2020 n° 496



# Les principaux canaux de recherche d'informations sur les marques



Source : étude GWI CTD 2023

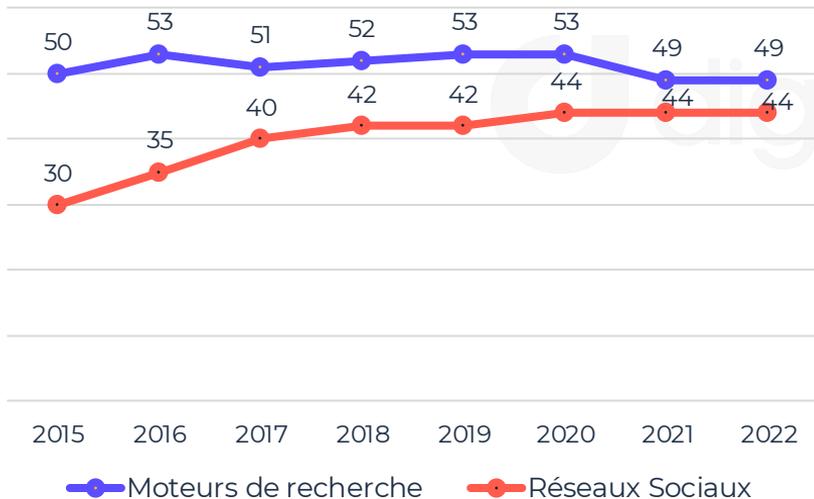


# Les principaux canaux de recherche d'information produits ou marques. Gen Z vs ensemble des internautes

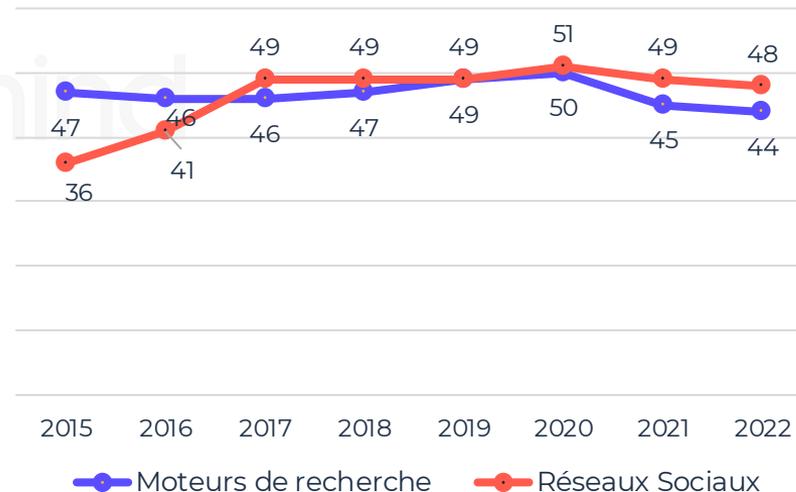


% qui disent utiliser principalement les canaux suivants quand ils recherchent des informations sur les marques ou produits

### Tous les internautes

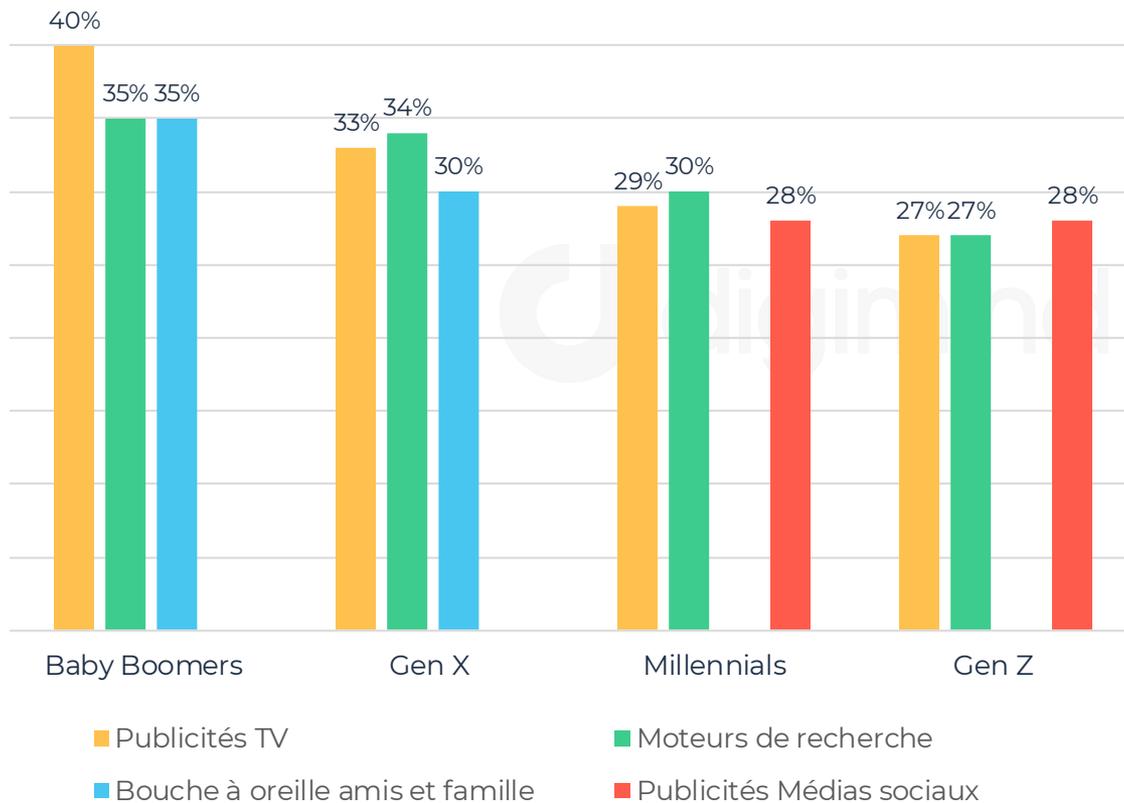


### Gen Z



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



réseaux sociaux

47%



moteurs de recherche

53%



avis consommateur

38%

Monde

■ Gen X + Baby Boomers

■ Gen Z + Millennials

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



94%



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

69%

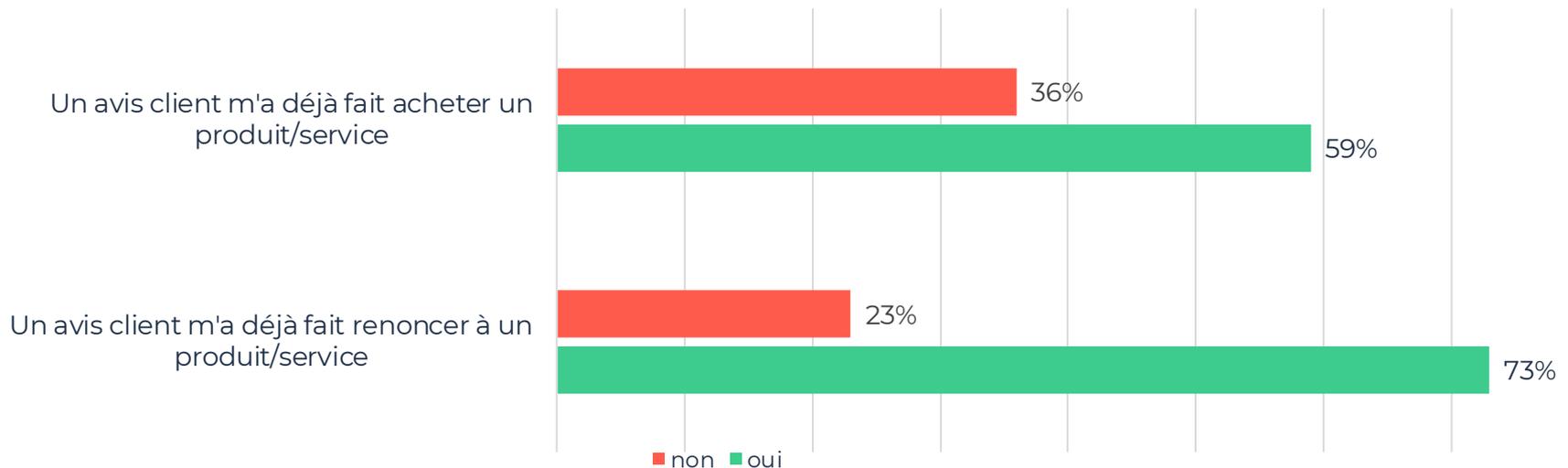


ont déjà **publié** un avis client sur  
internet

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

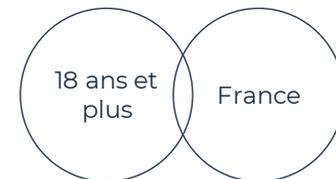


# Les avis consommateurs et la confiance des Français



**47%**

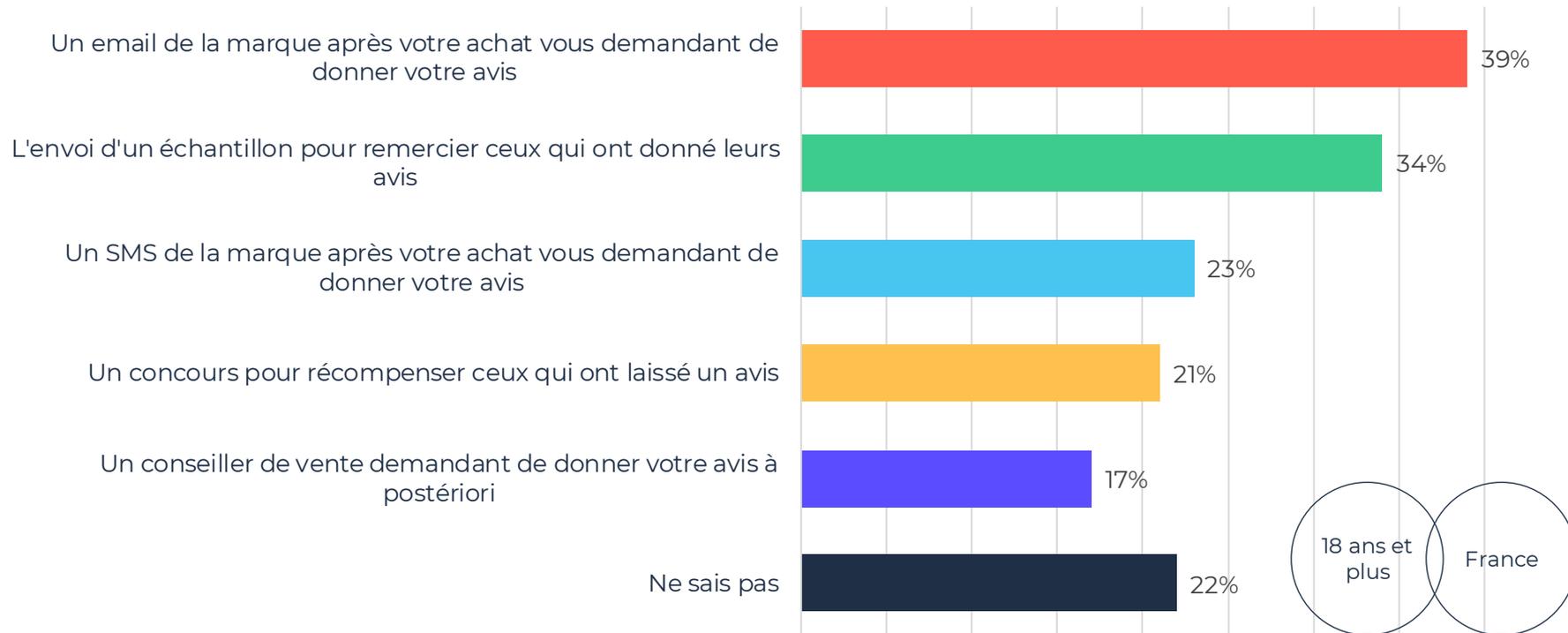
des français sont d'accord pour dire qu'ils **font confiance** aux avis clients



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



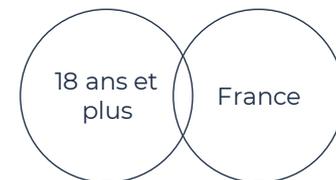
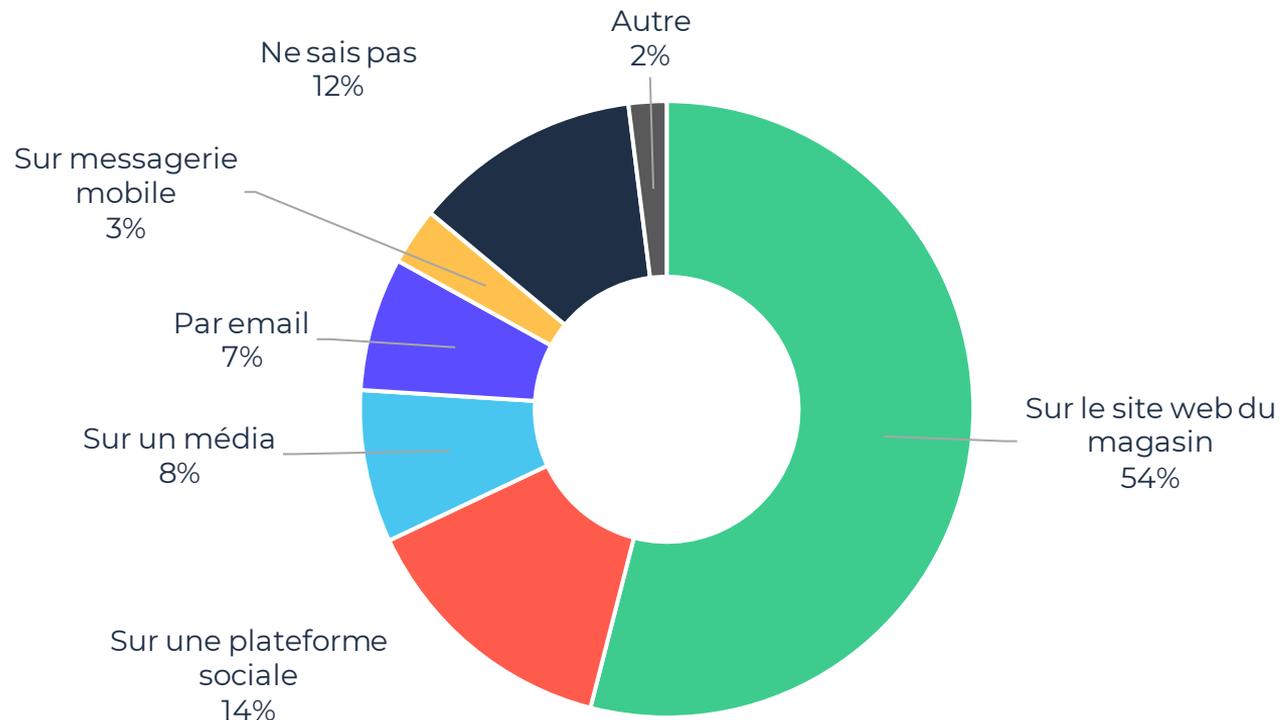
# Les avis consommateurs : pourquoi les Français les publient



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/>

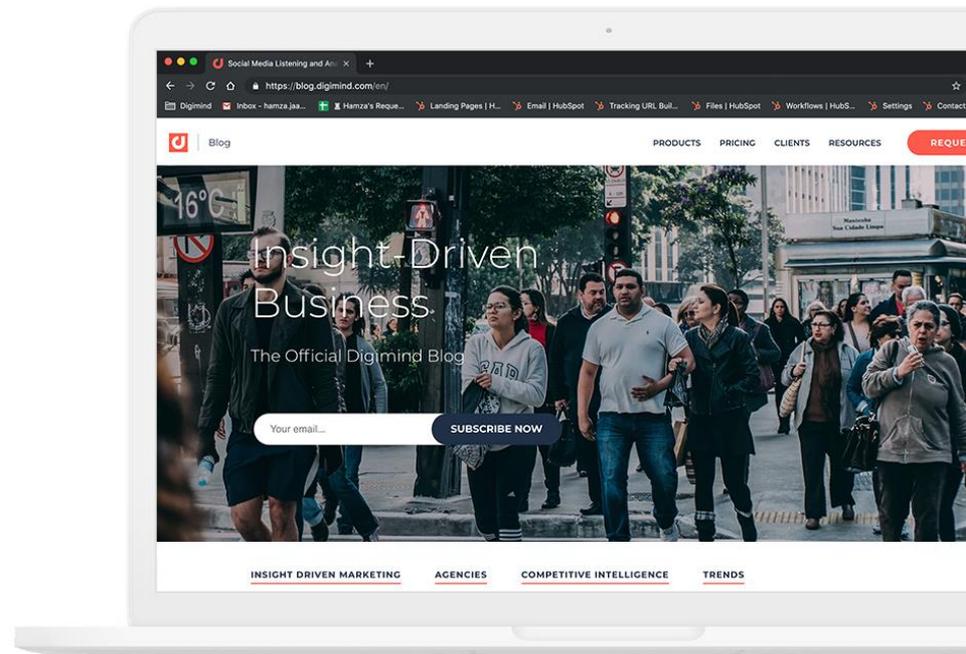


Marketing Digital

Agences

Veille Stratégique

Tendances



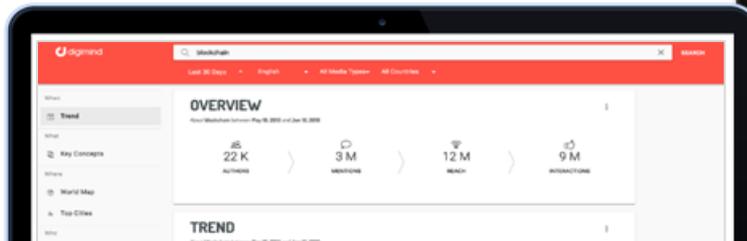
# A propos de Digimind

## Veille et Social Media Listening

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

Demandez votre démo  
personnalisée et gratuite :

demo





[www.digimind.com](http://www.digimind.com)

