

COMMUNIQUE DE PRESSE

Les sites de réseaux sociaux ont le vent en poupe : 38% des Français les consultent et 22% publient ou participent. Les sites les plus ciblés sont ceux où les internautes sont les plus actifs.

PARIS – le 15 mai 2008 – pour diffusion immédiate

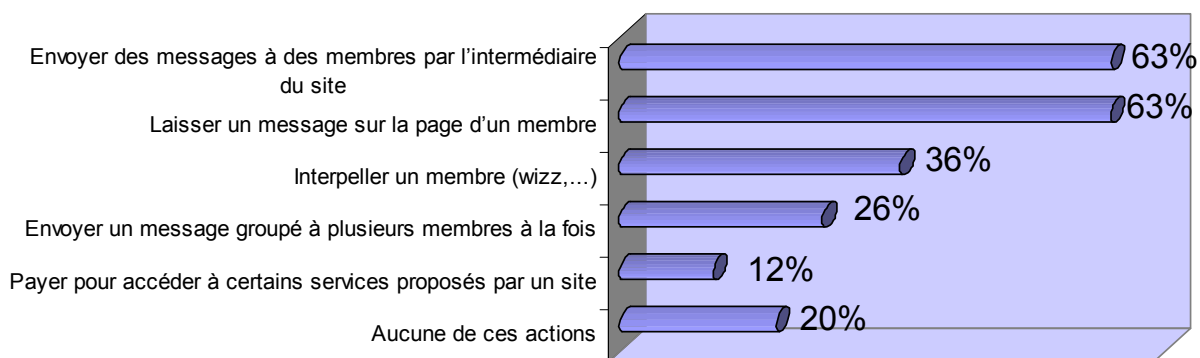
A une époque où les réseaux sociaux sont en train d'investir le monde de l'Internet particulier mais aussi professionnel via des **applications de plus en plus collaboratives**, le cabinet d'études marketing Harris Interactive a souhaité faire un point d'étape sur **l'avancée des réseaux sociaux** auprès de Français interrogés par Internet.

En effet, tandis qu'en 2007 le nombre de blogs s'élevait déjà à plus de 70 millions dans le monde (selon le moteur de recherche spécialisé dans les blogs « Technorati »), de plus en plus de blogs « mouraient » en devenant inactifs. Dans le même temps, les fonctionnalités web 2.0. sont en pleine explosion et s'installent de manière de plus en plus « standard » sur l'ensemble des sites Internet éditoriaux ou commerciaux, mais aussi sous forme d'applications collaboratives dans les entreprises. Tous ces réseaux peuvent-ils se faire une place pertinente sur la toile ?

Plus de 6 Français sur 10 interrogés déclarent consulter des sites collaboratifs et 19% participent/publient sur ces sites. **La consultation des blogs est légèrement moindre (49%)** en revanche la participation/publication est renforcée (26%).

Les sites de réseaux sociaux quant à eux sont consultés par 38% des Français, parmi lesquels 22% publient/participent sur ces sites. Youtube, Copaind'avant et Dailymotion tiennent le peloton de tête de la notoriété des sites de réseaux. Mais il y a bien souvent un décalage entre le fait de connaître le site, en être membre, et en être un membre « actif ».

Etre actif c'est non seulement se connecter mais aussi participer. Cette participation consiste principalement à **envoyer un message à des membres par l'intermédiaire du site** ou à **laisser un message sur leur page**.



L'explosion des réseaux sociaux constitue-t-elle une tendance de fond ou un effet de mode ? C'est la question que se posent les acteurs de l'Internet depuis déjà plusieurs années et les deux prévisions pourraient tout à fait cohabiter : la tendance de fond pour des sites collaboratifs de plus en plus puissants ou à l'inverse de plus en plus ciblés, et l'effet de mode pour des sites plus généraux ou destinés à des tranches d'âge ou des tendances plus éphémères dont l'effet est délicat à entretenir dans la durée.

Quelques chiffres montrent que les sites les plus connus ne sont pas forcément les plus utilisés :

- Si **Youtube** est le plus connu des sites de réseaux sociaux (66% de notoriété), seuls 31% des personnes connaissant le site en sont membres. Et moins du tiers des membres se connectent régulièrement.
- **Copaind'avant** vient ensuite avec 63% de notoriété auprès des Français, et 69% des personnes connaissant ce site en sont membres. Mais surtout, 38% des membres se connectent régulièrement au site.
- Les sites **Myspace**, **Skyblog**, mais aussi **Yahoo 360°** mais surtout **Viadeo** bénéficient de bonnes notoriétés et d'un nombre conséquent de personnes inscrites (66% pour Viadeo). Toutefois, le nombre de membres ne se connectant plus avoisine les 30% pour chacun de ces sites.
- Avec moins de notoriété, **Netvibes** est le réseau social où les membres sont les plus actifs (76% des membres se connectent régulièrement).

Connaissance et utilisation des sites de réseaux sociaux chez les français actifs sur Internet

	taux de notoriété	taux de membres	dont membres déclarant se connecter	dont membres déclarant ne plus se connecter
Youtube	66%	20%	90%	10%
Copaind'avant	63%	43%	84%	16%
Dailymotion	53%	17%	88%	12%
Myspace	47%	12%	68%	32%
Skyblog	46%	10%	71%	29%
Facebook	41%	13%	84%	16%
Windows Live Spaces	34%	18%	79%	21%
Yahoo 360°	15%	3%	68%	32%
Viadeo	10%	7%	70%	30%
Flickr	9%	3%	78%	22%
Lesjeudis.com	6%	2%	71%	11%
Netvibes	6%	2%	87%	13%
Lastfm	5%	1%	76%	24%
Gayvox	4%	2%	84%	16%
Linkedin	3%	2%	88%	12%

Méthodologie

Ce sondage a été réalisé par Harris Interactive du 9 au 16 avril 2008, auprès d'un échantillon de 1 000 personnes représentatives de la population française, âgées de 15 ans et plus et interrogées par Internet. Les répondants ont été sélectionnés au sein de l'access panel d'Harris Interactive et gérés par quotas et redressements sur les critères de sexe, d'âge, région et de catégorie socioprofessionnelle.

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée d'éléments techniques tels que : la méthode d'enquête, les dates de réalisation, le nom de l'institut, la taille de l'échantillon.

A propos d'Harris Interactive

Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (13^{ème} rang mondial). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004.

Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact :

Harris Interactive en France:

Laurence Lavernhe
 5-7 rue du Sahel – 75012 Paris
 Tel: 01 44 87 60 94 – Fax: 01 44 87 60 31
llavernhe@harrisinteractive.fr