



## 20 millions de Français sur les réseaux sociaux

*Le nombre d'inscrits sur les sites communautaires a grimpé de 26 % en un an, selon Médiamétrie.*

MARIE-CATHERINE BEUTH

### LE CHIFFRE

# 8

millions

C'est le nombre d'internautes de 11 ans et plus, en France, qui se connectent quotidiennement à un site communautaire, selon l'Observatoire des usages Internet.

**INTERNET** Les internautes français ont la fibre communautaire. Au deuxième trimestre 2010, l'Hexagone comptait 20,3 millions d'inscrits à un site communautaire, selon l'Observatoire des usages Internet (OUI) de l'institut Médiamétrie. En un an, les réseaux sociaux ont recruté 4,2 millions d'internautes supplémentaires en France, soit un bond de 26 %. Leur nombre progresse ainsi plus rapidement que la population globale d'internautes : en juin, elle a atteint 37,6 millions de personnes âgées de 11 ans et plus, après un gain de 10 % sur un an.

Les sites communautaires ont notamment recruté de nouvelles cibles. Plus de 2 millions de jeunes de 11 à 15 ans, soit un bond de 63 % en un an, sont aujourd'hui membres d'un ou plusieurs réseaux sociaux. Ils sont venus grossir les rangs des moins de 24 ans, qui représentent désormais 36,9 % des inscrits. Mais les 35-49 ans sont aussi de plus en plus nombreux à succomber aux charmes de Facebook et consorts, progressant de 28 %, à 5 millions d'inscrits.

### Préparer un achat

« On ne devrait presque plus isoler les réseaux ou médias sociaux car, aujourd'hui, tout le Web est social, à l'instar d'un site comme YouTube, estime Grégory Pouy, directeur médias et médias sociaux de l'agence interactive Nurun. Sur près de 38 millions d'internautes en France, 20 millions d'inscrits sur les réseaux sociaux est un chiffre important. Ce chiffre est surpondéré par Facebook, mais il prouve bien qu'il n'y a pas d'effet de mode. Les usages s'établissent en profondeur, car les internautes trouvent une utilité à ces sites. »

Au premier rang de l'intérêt des sites communautaires pour les internautes figure la dimension sociale. Selon Médiamétrie, près de 80 % des sondés affirment s'inscrire sur ces sites « pour rester en contact avec des amis » et, dans 76 % des cas, pour « reprendre contact avec

### Une activité chronophage

PRÈS DE 23 % du temps passé sur Internet par les internautes américains est consacré aux réseaux sociaux, révèle une récente étude de l'institut Nielsen aux États-Unis. À la faveur d'un bond de 43 % en un an, cette activité dépasse désormais les jeux en ligne (10,2 % du temps passé) ou le courrier électronique (8,3 %). En ajoutant la messagerie instantanée (4 %), plus d'un

tiers du temps passé en ligne par les Américains est consacré à communiquer avec les autres. Les réseaux sociaux prennent aussi de plus en plus de temps sur le mobile, progressant de 28 % en un an pour atteindre 10,5 % du temps passé. Ils sont ainsi en passe de doubler les portails, qui captent 11,6 % du temps passé sur l'Internet mobile, loin derrière l'e-mail (41,6 %).  
M.-C. B



d'anciennes connaissances ». Des niveaux stables par rapport à l'année dernière, selon l'institut.

Autre facteur d'« utilité » pour les membres de réseaux sociaux : le recours aux avis de leur entourage pour préparer un achat (54,4 %). Selon l'observatoire, 21,6 % des internautes inscrits sur un réseau social vont même « systématiquement » lire l'avis d'autres internautes avant chaque achat, contre 19,1 % de la population internet générale. « Nous n'avons pas tous les mêmes attentes. Avoir l'avis de ses amis enrichit les avis de consommateurs que l'on peut trouver par Google », analyse Grégory Pouy.

À moins d'être une marque culte et puissante comme Apple, il devient ainsi presque impossible pour une marque de faire l'impasse sur les sites communautaires. Alors que 8 millions d'internautes consultent quotidiennement ces sites et 40 % une fois par semaine, y être présent permet de ne pas tomber dans l'oubli. Le problème : « Il faut être prêt à en accepter les nouveaux codes de communication, plus complexes », estime le spécialiste des médias sociaux. Et savoir être utile, à l'instar d'applications qui permettent d'organiser un voyage avec ses amis ou de faire sa liste de courses. ■



des pistes concrètes de stratégies à mettre en place en interne pour sécuriser leur activité sur internet. Il a obtenu le parrainage de Nathalie Kosciuski-Morizet, secrétaire d'État chargée de la prospective et du développement de l'économie numérique.

#### Programme :

— Allocution d'ouverture par Jérôme Frantz, membre de la CCIP, vice-président de l'Irpi) ;

— Enjeux des évolutions récentes d'internet :

- Nouveautés en 2010, tendances pour 2011..., par Marie-Emmanuelle Haas, avocate, cabinet Casalonga,

- La nouvelle donne de l'identité de l'entreprise sur les réseaux sociaux par Gregory Pouy, directeur Média et Social Media, Agence Nurun,

- La nouvelle donne de l'identité de l'entreprise en matière de noms de domaine par Stéphane Van Gelder (DG INDOM et vice-président du GNSO à l'ICANN) ;

— Table ronde, modération par Patrick Hauss (directeur associé, Indom) :

- Témoignage d'une entreprise « victime » par Stéphanie Mouret (Legal Counsel, Intellectual Property Department, Areva),

- Panorama des risques en matière de PI sur les réseaux sociaux par Jacques de Werra, professeur, département de droit commercial, université de Genève,

- Réseaux sociaux : quelles solutions face à ces risques ?, par Gaëlle de Parcevaux, responsable du pôle PI des marques Mumm, Martell et Perrier-Jouet,

- Panorama des risques en matière de PI pour les noms de domaine par Cédric Manara, professeur à l'EDHEC Business School.

- Stratégies à mettre en place en matière de noms de domaine, par Alexandre Nappey, responsable du département multimedia, Meyer et partenaires ;

— Débats avec la salle.

**Renseignements :** Tél. : 01 20 01 21 12.

[www.irpi.ccip.fr](http://www.irpi.ccip.fr)

## BRÈVE

### CALENDRIER

#### Réseaux sociaux, noms de domaine : de nouveaux défis pour les entreprises

L'Institut de recherche en propriété intellectuelle (IRPI), en partenariat avec INDOM, organise, le 19 octobre prochain, de 9 h à 13 h, à l'Hôtel Potocki, siège de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris, au 27, avenue de Friedland, 75008 Paris, un colloque sur le thème suivant : « **Réseaux sociaux, noms de domaine : de nouveaux défis pour les entreprises** ».

L'objectif de ce colloque est de dresser le panorama des évolutions récentes d'internet en matière de réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.) et de noms de domaine, tant d'un point de vue juridique qu'économique, afin d'en anticiper les risques inhérents pour les entreprises et de proposer