

Etude Nielsen sur les réseaux sociaux



[Vous pourrez retrouver ici l'intégralité de l'étude, en anglais](#)

En voici résumés les **principaux enseignements** :

● **Les réseaux sociaux et les sites de blogs représentent maintenant la quatrième activité sur Internet**

- Après les moteurs de recherche, les portails généralistes, les sites d'éditeurs de logiciels
- en progression de +5% par rapport à décembre 2007, ce qui représente la plus forte hausse

● **De plus en plus de temps est passé sur ces sites, au détriment des autres secteurs**

- parallèlement, l'indicateur du temps passé sur un site remplace le nombre de pages vues, pour évaluer la valeur d'un site.

● **Une audience élargie**



- La croissance la plus importante pour Facebook provient ainsi de la tranche d'âge 35-49 ans.
- Si la tendance observée se maintenait en Grande Bretagne, il y aurait en juin 2009 autant de membres dans la tranche d'âge 35-49 que dans la tranche 18-34.
- On trouve maintenant par exemple sur Facebook-Italie des pages de fan de Maserati (traditionnellement une marque

senior)

- **Un public réticent, et difficile à capter**

- Les membres des réseaux sociaux sont de moins en moins tolérants à la publicité diffusée en ligne.
- 38% des membres australiens considèrent la publicité en ligne comme intrusive, contre 29% un an auparavant.

- **Que peuvent faire les annonceurs et leur agences ?**

- développer une nouvelle approche de la publicité en ligne
- de la publicité considérée comme une conversation avec le consommateur
- du risque d'un manque de maîtrise du message, s'il est laissé sous le seul contrôle des « groupes de fan »

- **Choisir son réseau social ?**

- Facebook reste le leader dans un grand nombre de pays (France, Espagne, Suisse, Italie, Grande Bretagne)
- D'autres sites ne sont pas à négliger, tels que MySpace, Linternaute, Copainsdavant pour ne citer que des exemples français.