



TENDANCES 2023



# Qui suis-je ?

- Présidente, Fondatrice de l'agence Madison Communication,
- Agence de communication (plus) responsable basée à Nantes
- 1ère agence de communication labellisée Numérique Responsable
- Formée à l'accessibilité numérique depuis 2018
- Depuis la création du centre de formation de Madison Communication en 2019, Anne a délivré plus de 150 heures de formations consacrées au social média et à l'animation des réseaux sociaux : Facebook, Twitter, LinkedIn, etc.



Anne Boulinguez Legrand

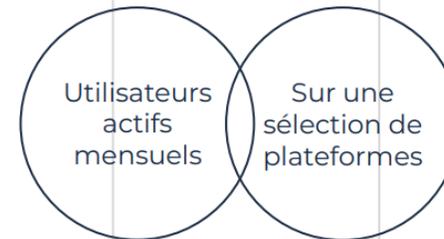
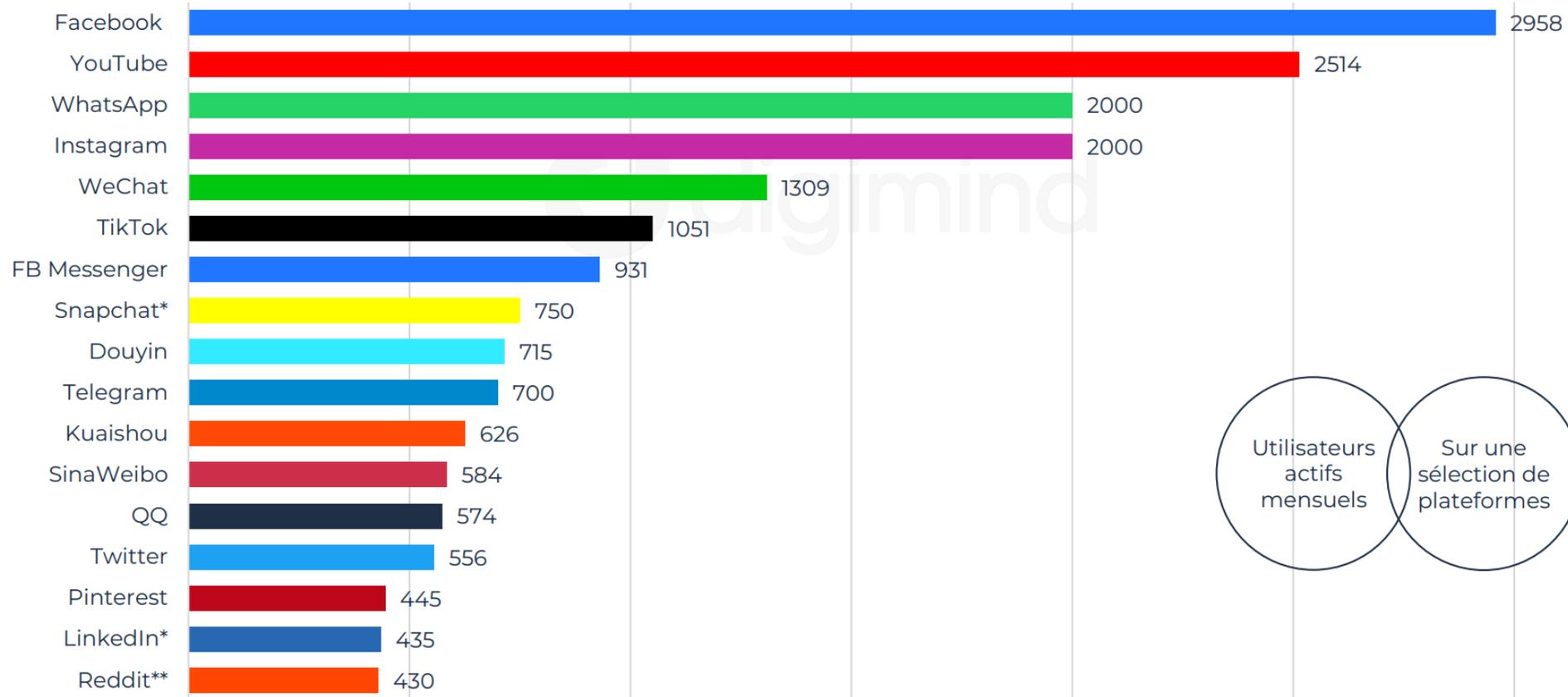
Mob. 06.51.29.10.28

[anne@madison-communication.com](mailto:anne@madison-communication.com)

**Quel est le réseau social n°1 en 2023 ?**



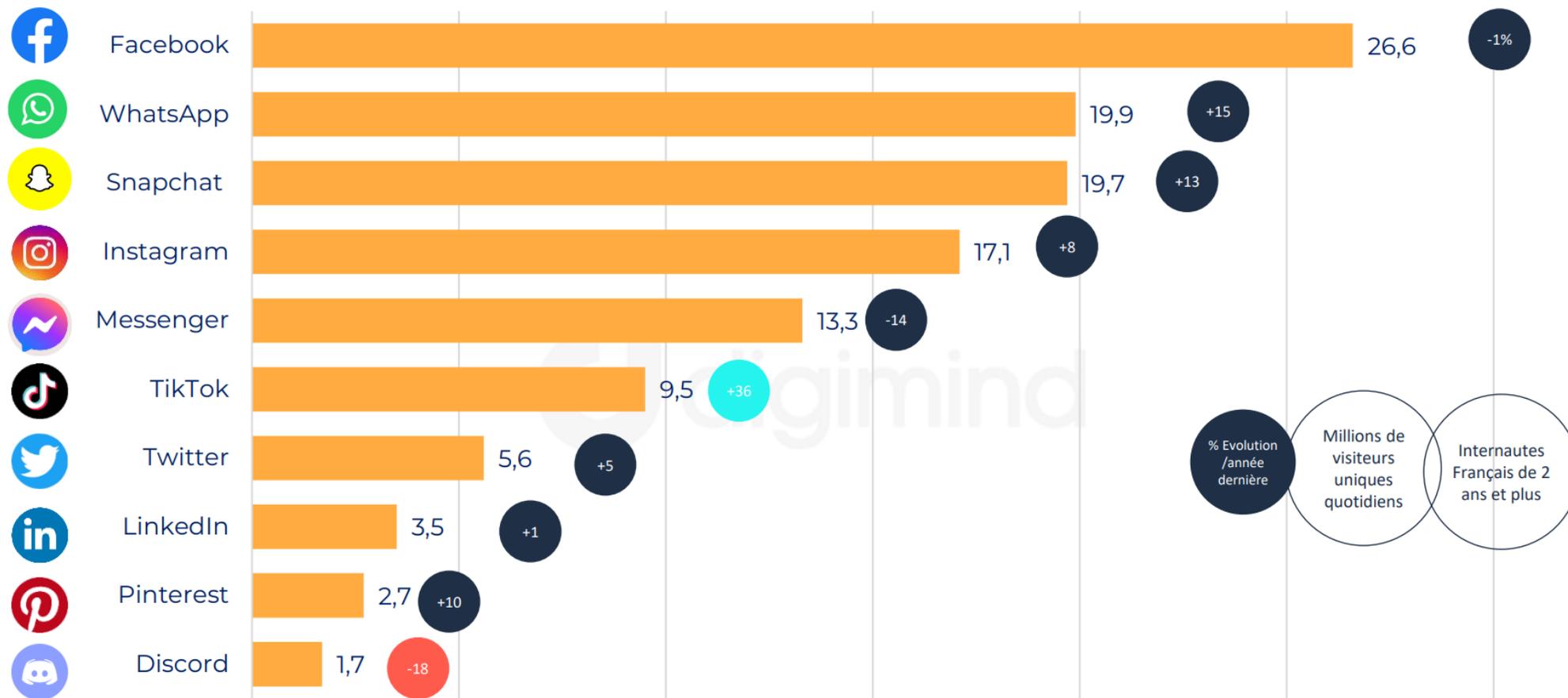
# Top des réseaux sociaux 2023 dans le monde (en millions d'utilisateurs)



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



# Top des réseaux sociaux 2023 les plus visités en France

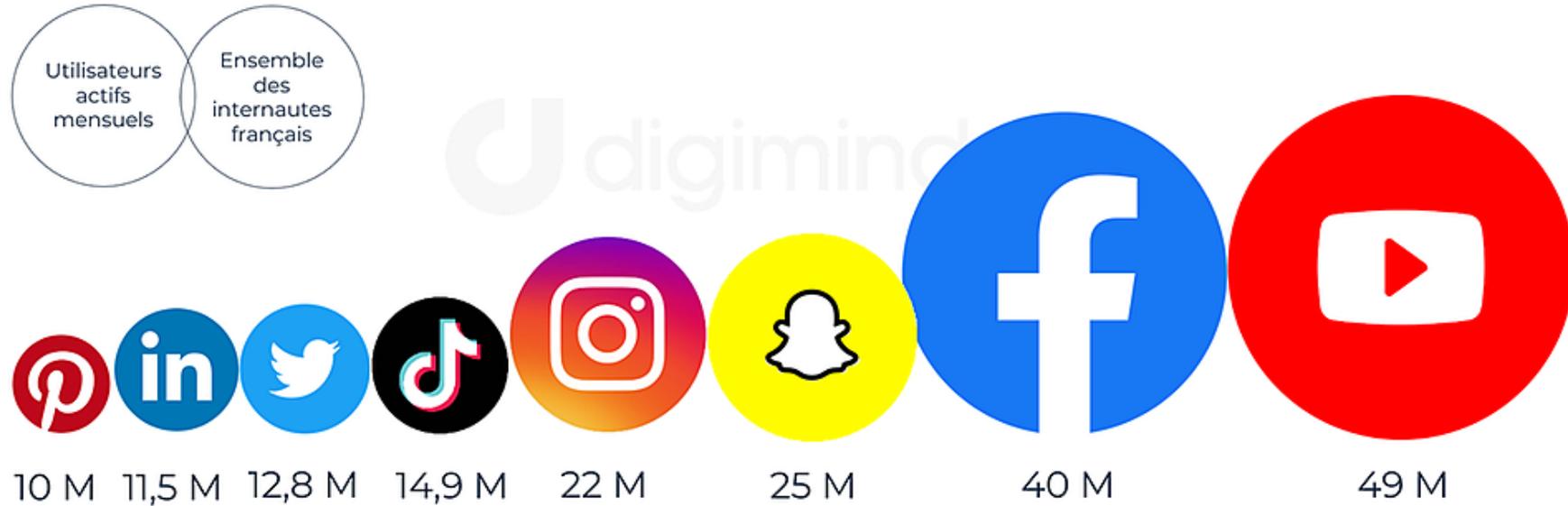


Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- L'année Internet 2022 – octobre 2021 et octobre 2022 Audience Internet Global – France – 2 ans et plus –



# 53 millions d'internautes en France – 35 millions d'actifs

## Internautes actifs sur les réseaux sociaux en France en 2022



Nombre d'internautes France : 53,5 millions, 84,7% des français (Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings –Audience Internet Global – France – février 2022)

Nombre d'internautes actifs réseaux sociaux jour : 35,6 millions (Médiamétrie – février 2022)

\*\* Sources : Plateformes sociales Facebook, Snapchat, YouTube, Facebook, Harris Interactive Social Life, Médiamétrie



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

29



**Combien de temps pensez-vous passer  
par jour sur les réseaux sociaux ?**



# 1h30 C'est la moyenne du temps passé sur les réseaux par jour

L'utilisation des réseaux sociaux semble diminuer avec l'âge :

**2h36 pour les 18-24 ans,**

**1h07 pour les plus de 65 ans,**

avec une diminution constante à chaque tranche d'âge.

Les femmes s'y connectent sensiblement plus que les hommes (1h51 contre 1h29 chez les hommes)

Source : <https://www.reech.com/fr/>



Image par [Icons8\\_team](#) de [Pixabay](#)

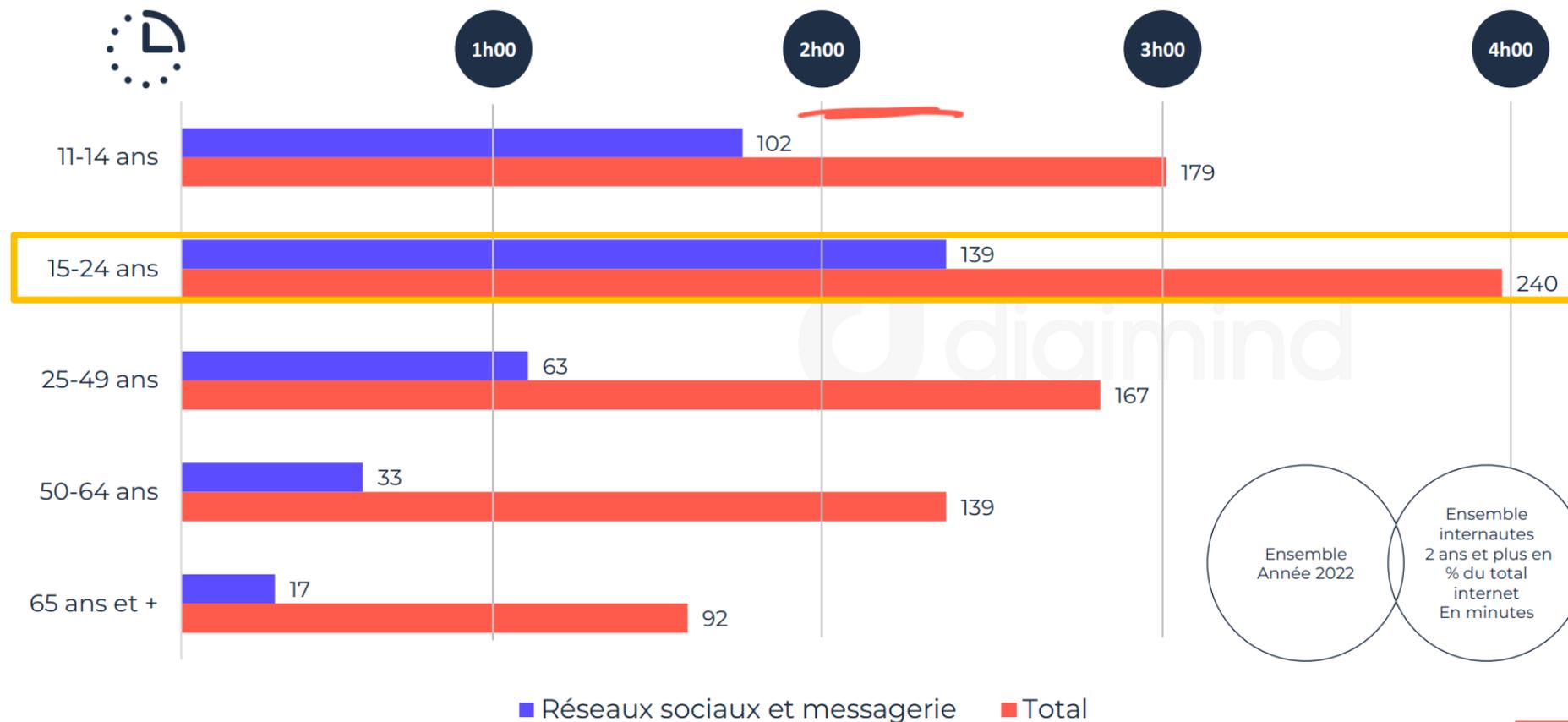
# 45 millions de français surfent chaque jour sur internet

**6 Français sur 10** visitent chaque jour les messageries et réseaux sociaux en 2023.

**37% du temps de surf quotidien** avec une augmentation de **5%** par an.



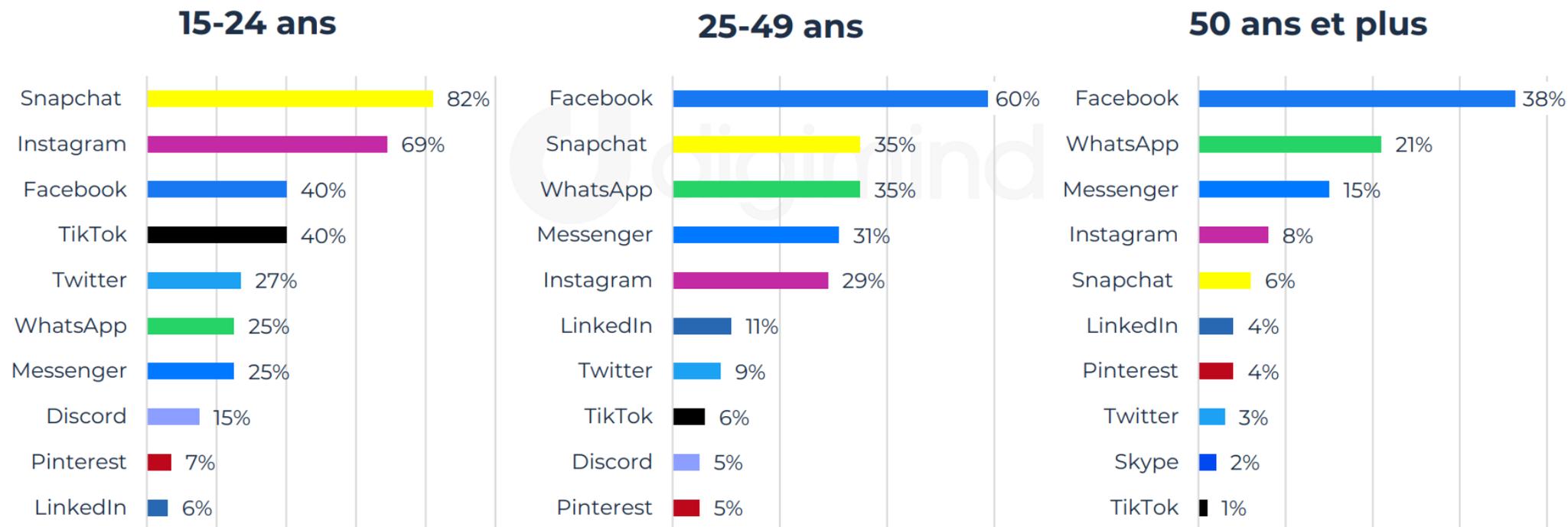
# Répartition du temps passé sur les RS et messageries en minute/jour



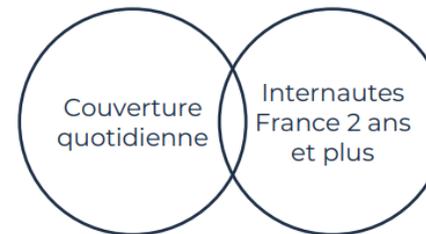
Source : Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings- L'année Internet 2022 - octobre 2022 Audience Internet Global -France - 2 ans et +



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



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



# Usages de l'internet par les étudiants en France



Réseaux sociaux, messagerie instantanée



Vidéos



Actualités



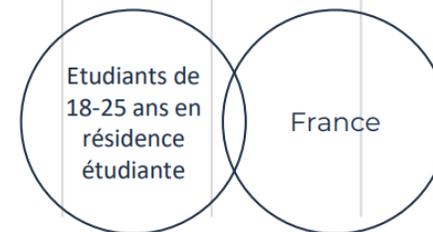
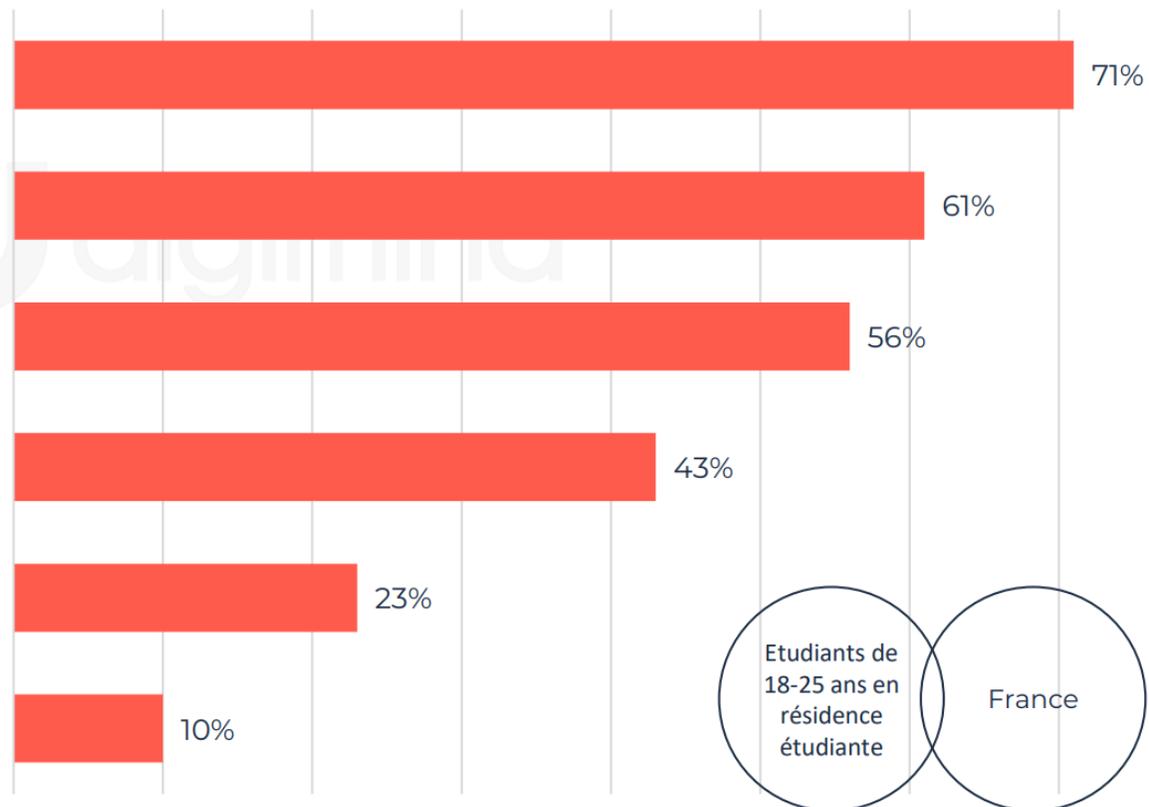
Musique



Jeux vidéos



Loisirs

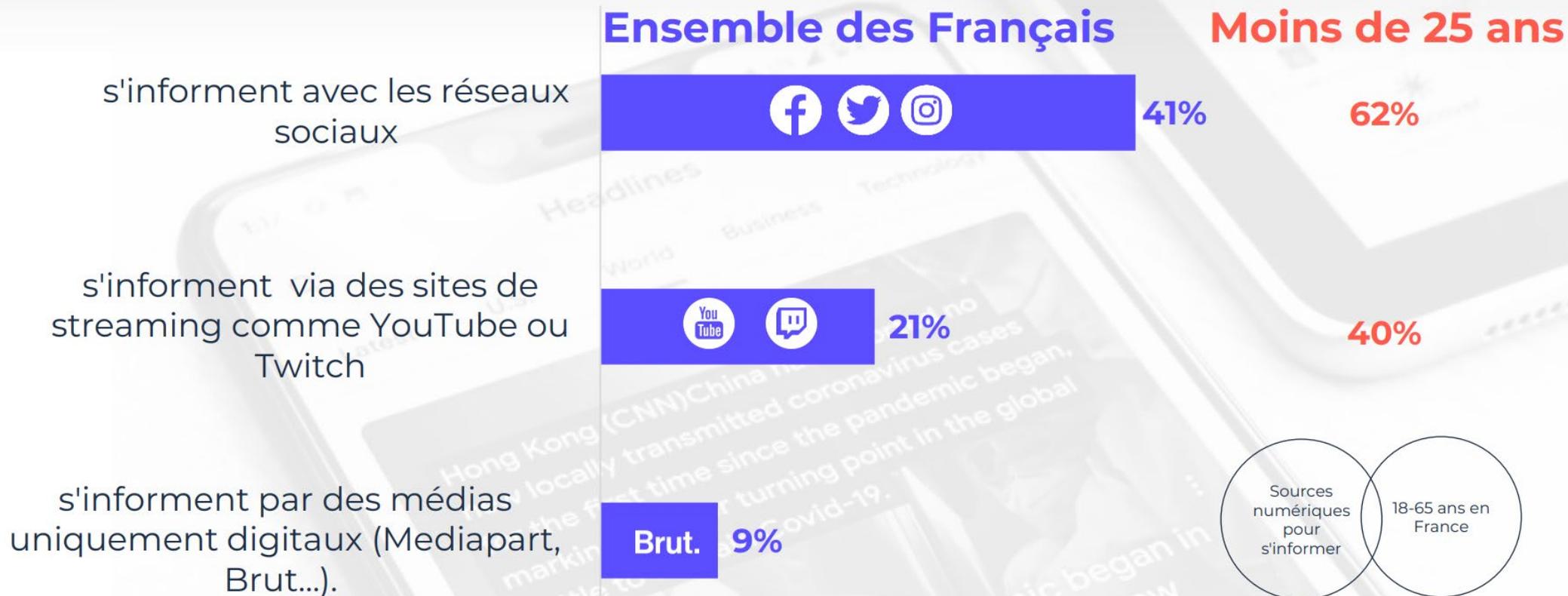


Source : Etude Wifirst – Internet et les étudiants – avril 2021 – 3586 étudiants

**Par quels canaux vous informez-vous ?**



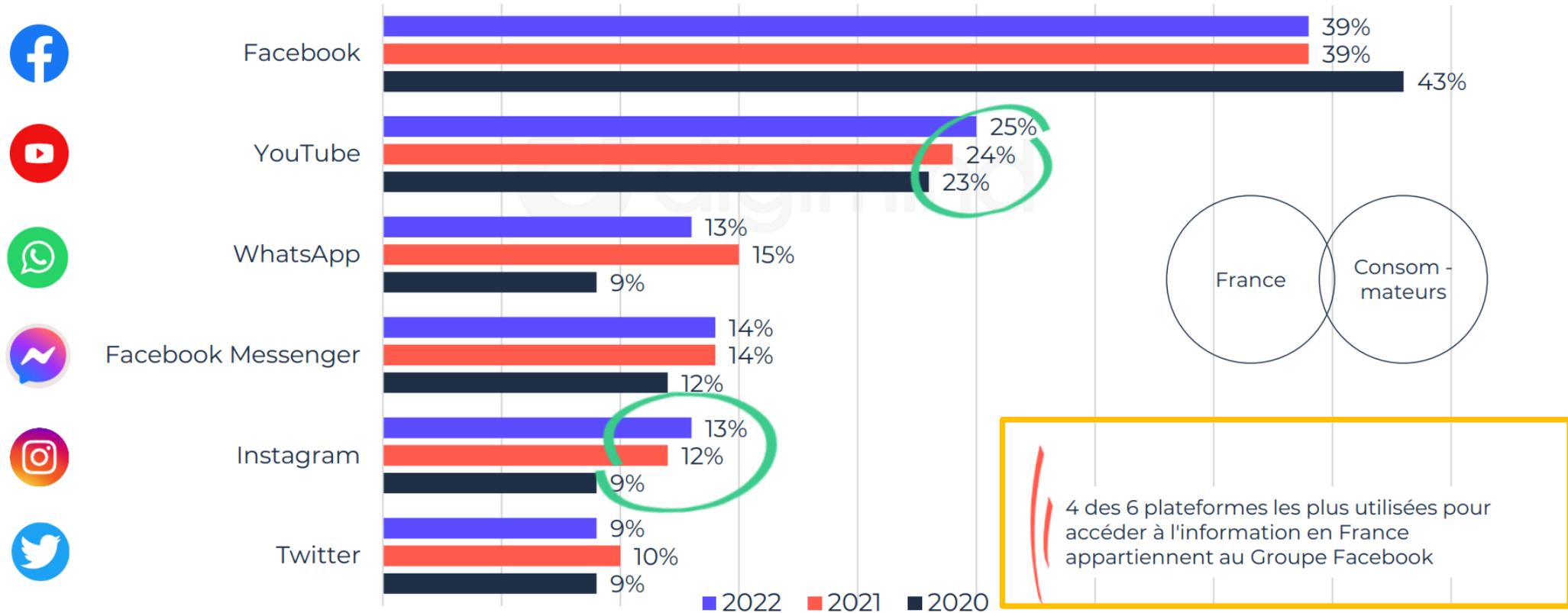
# Les sources numériques utilisées pour s'informer en France



Source : étude Ipsos pour Cafeyn sur les pratiques informationnelles des Français. Juin 2022



# Les réseaux sociaux utilisés pour accéder à l'information en Fr



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



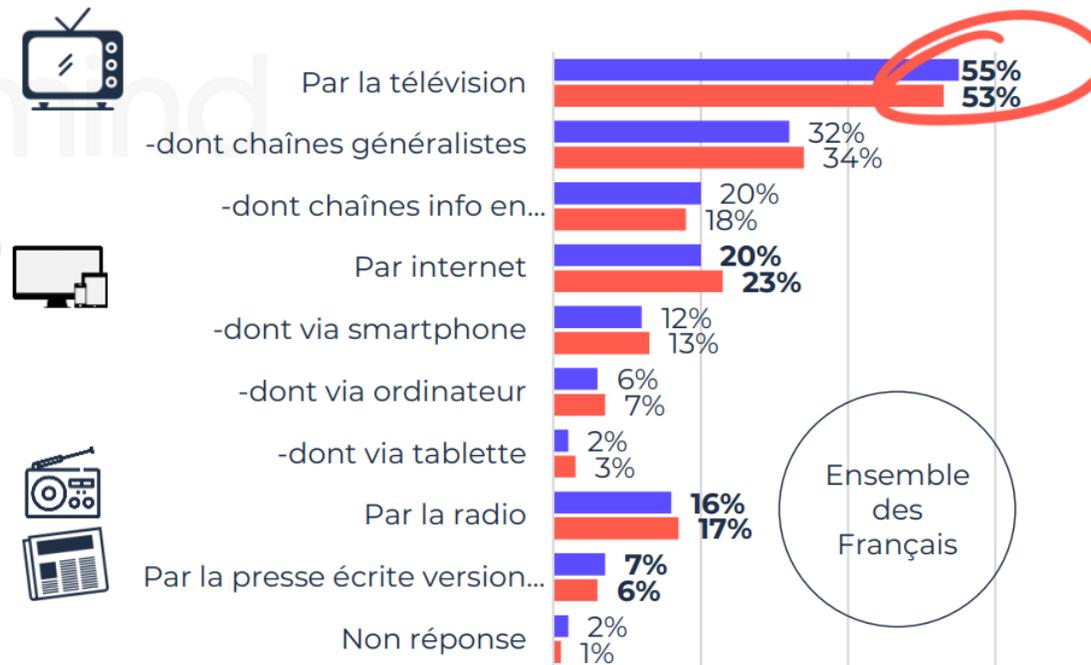
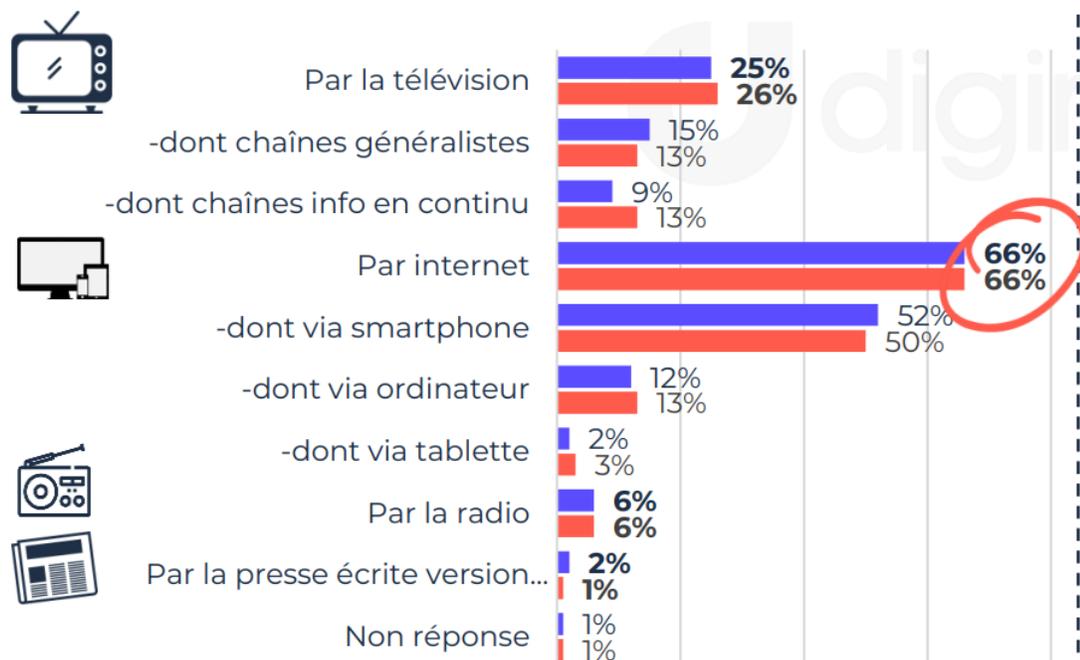
# Rupture des usages dans l'accès à l'information selon l'âge. 2021-2022

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

## Moins de 35 ans

■ 2022 ■ 2021

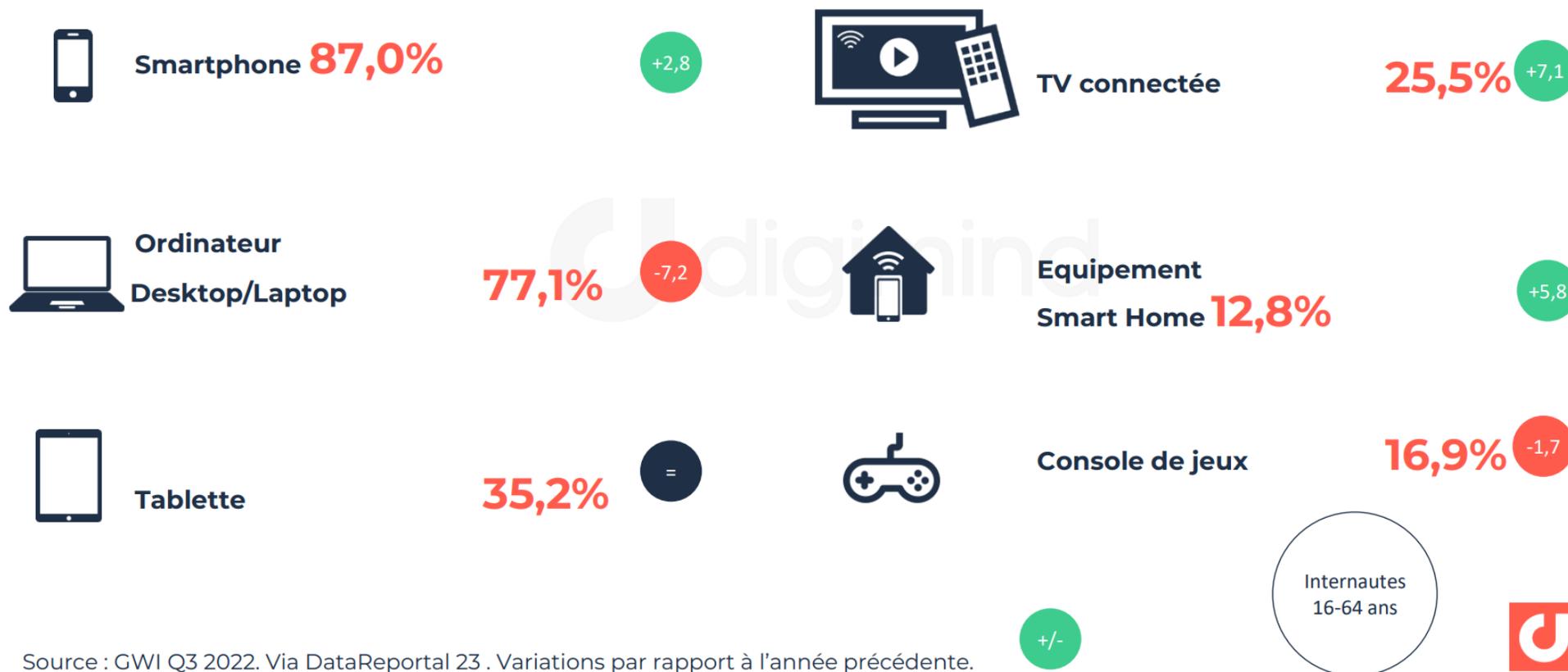
## 35 ans et plus



Ensemble des Français



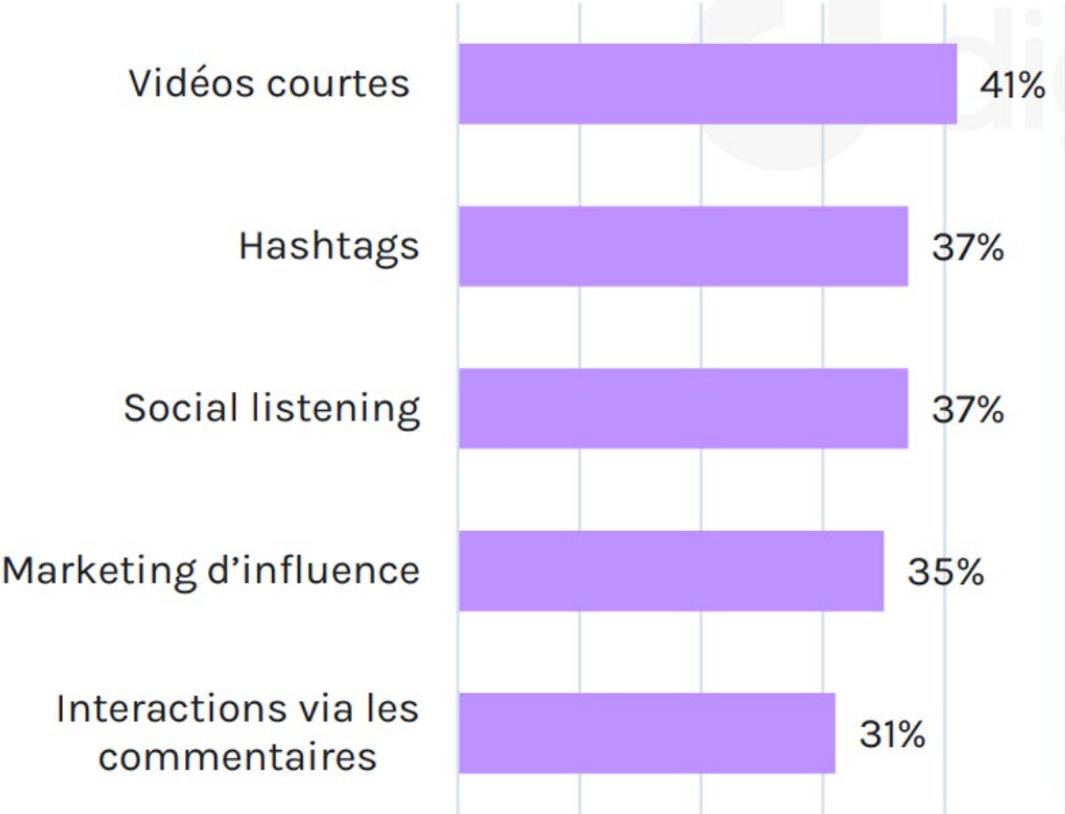
# Appareils utilisés pour accéder à internet et aux réseaux en France



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

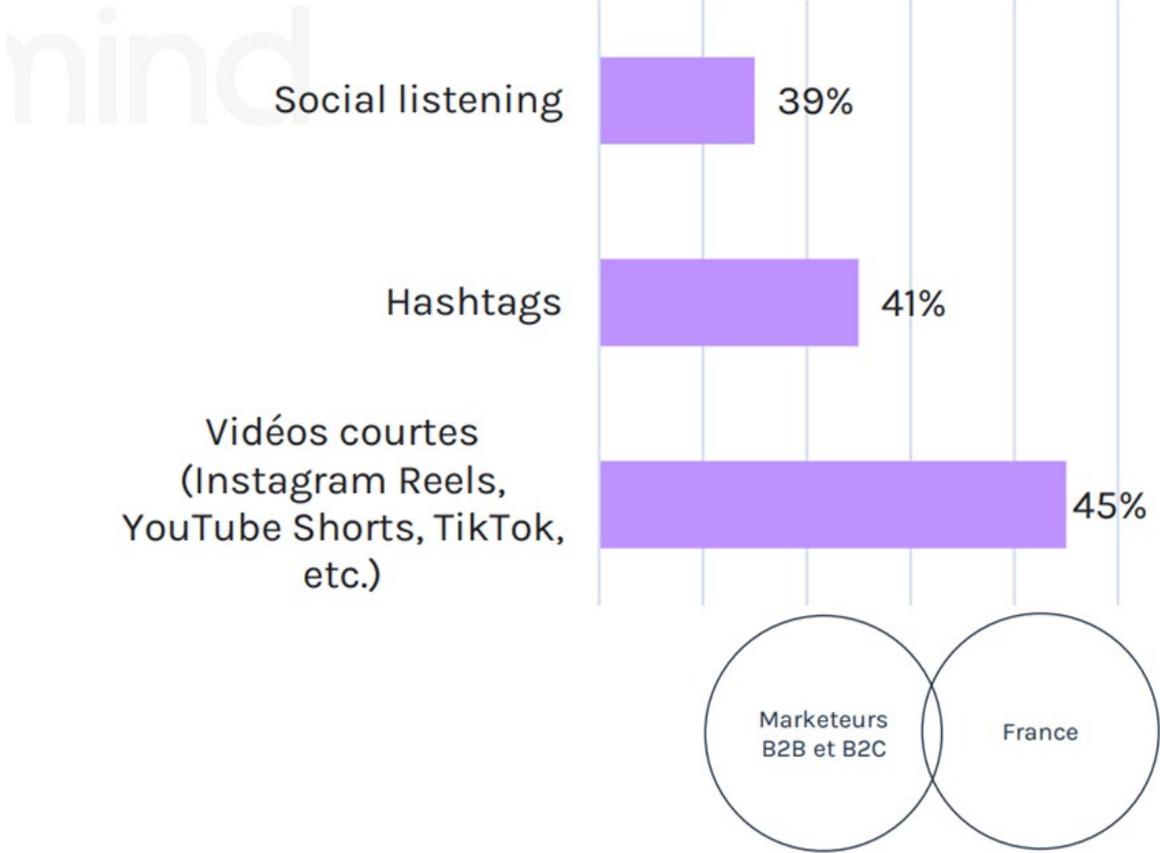
# Les stratégies les plus utilisées par les marketeurs

Les stratégies les plus utilisées sur les réseaux sociaux

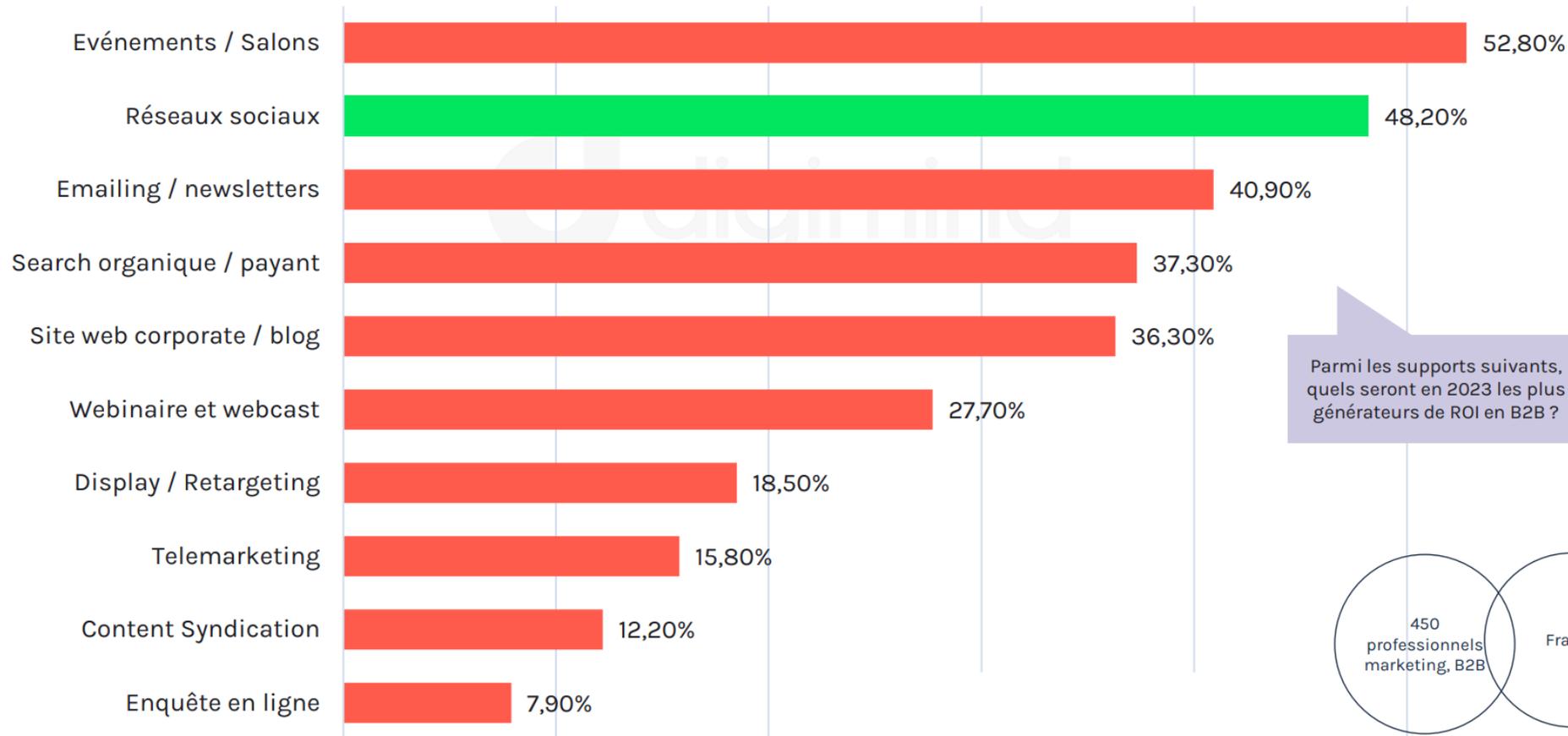


# Les stratégies les plus utilisées par les marketeurs

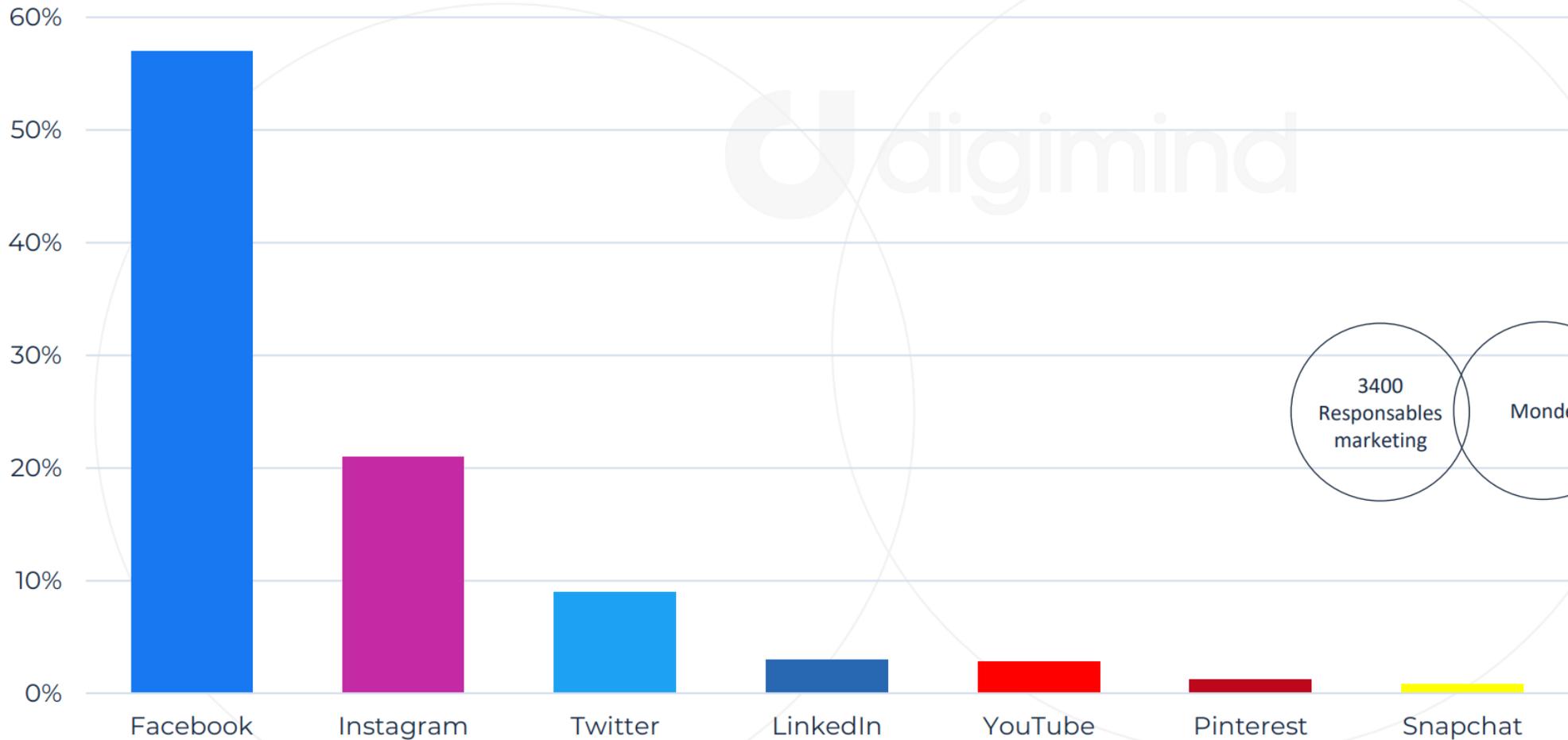
Les stratégies qui génèrent le plus d'engagement



# Réseaux sociaux et R.O.I.



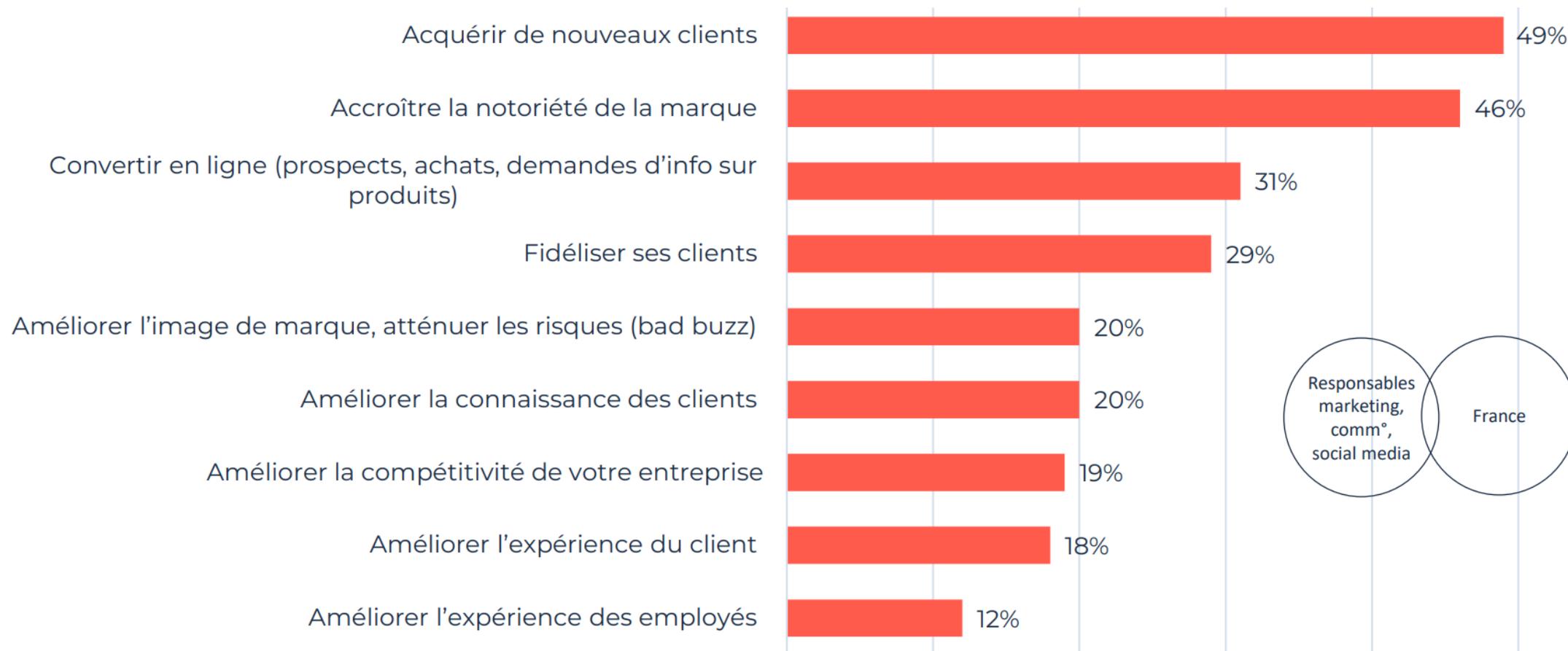
# Réseaux sociaux et R.O.I.



Source : Rapport sur l'évolution du marketing HubSpot 2020



# Les objectifs à atteindre pour les entreprises sur les RS



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



**Quel est le TOP et FLOP environnemental  
des réseaux sociaux en France ?**



# Quel est le TOP et FLOP environnemental des réseaux sociaux en France ?

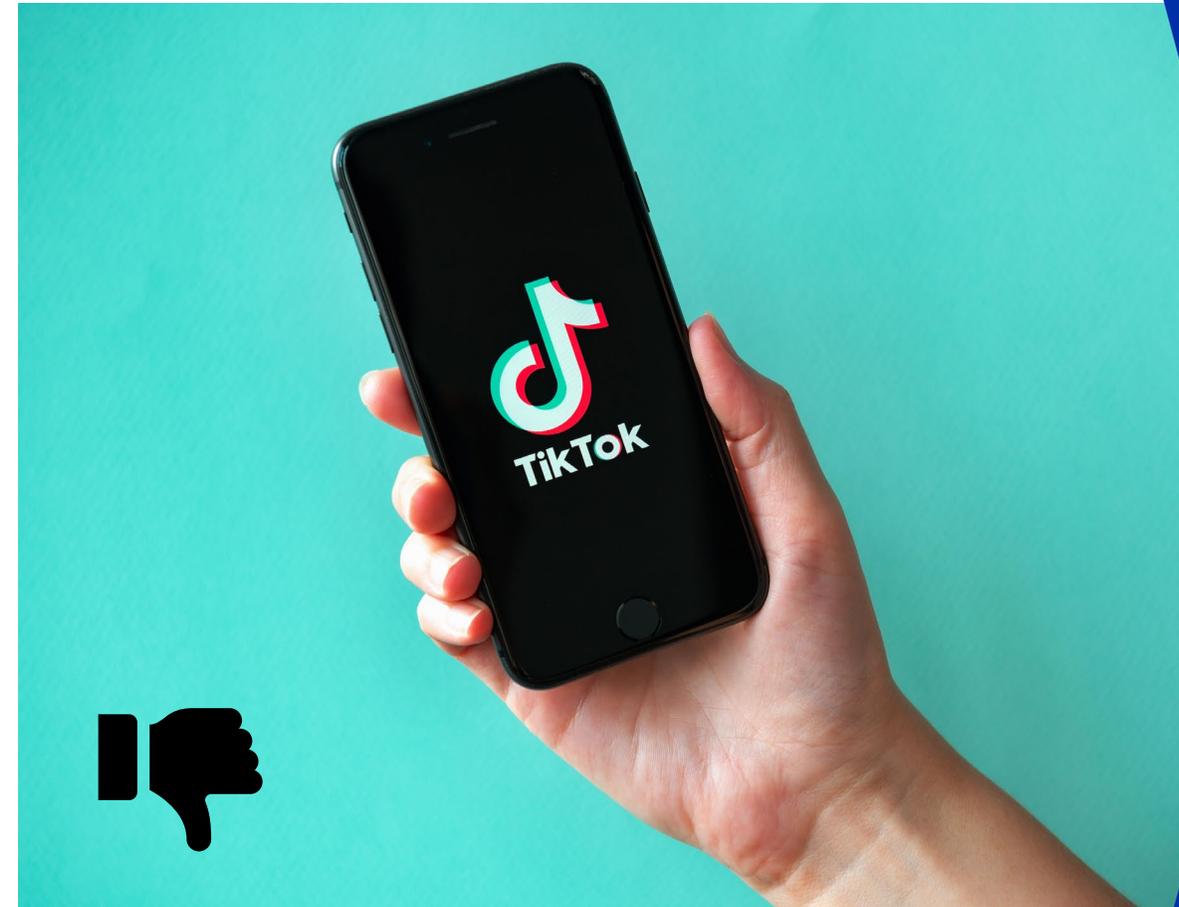
L'application est très énergivore,

Elle consomme à son lancement 22,4 mAh et échange beaucoup de données pendant le défilement du fil d'actualité.

Cet énorme échange est notamment dû **au lancement des vidéos qui tourne en permanence et aux nombreuses publicités présentes sur l'application.**

L'application précharge de nombreux contenus, si l'utilisateur est hors connexion, il peut tout de même accéder aux vidéos.

TikTok charge pendant 30s après le lancement environ 5 Mo de données équivalents lors de ce test à 10 vidéos préchargées.



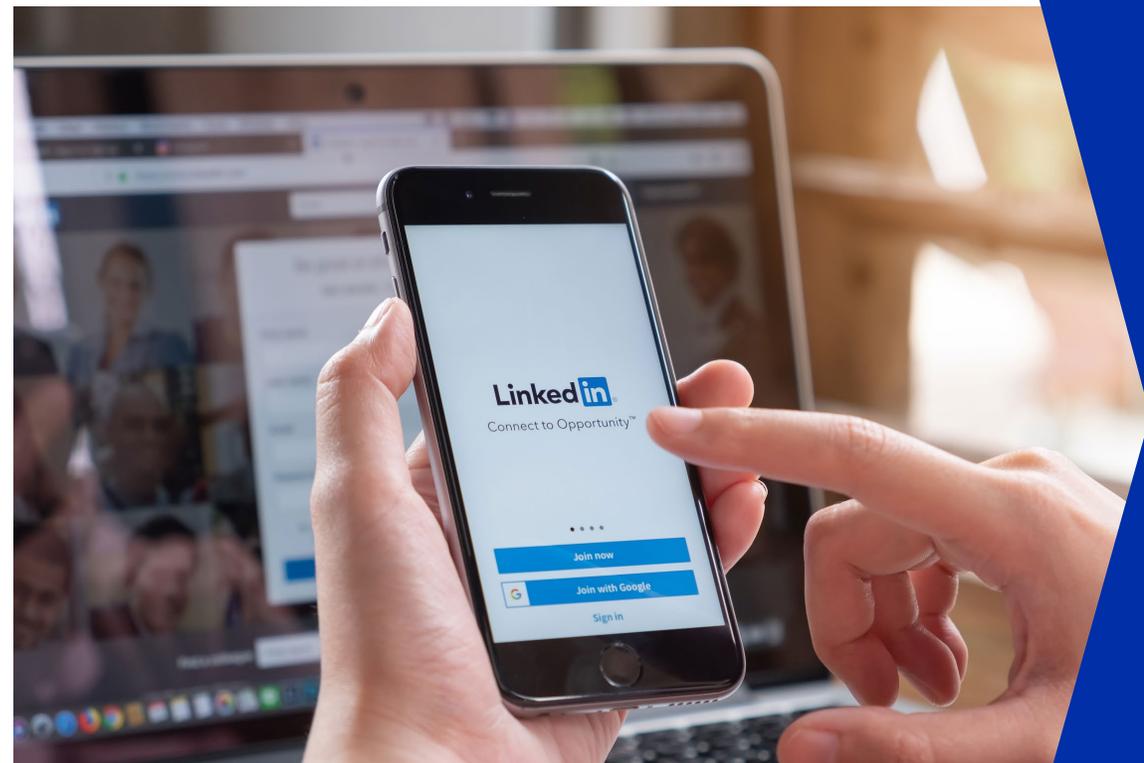
# Quel est le TOP et FLOP environnemental des réseaux sociaux en France ?

## L'application la plus sobre

Echange faible volume de données au chargement de l'application, ainsi que lors du scroll du fil d'actualité.

Le fait que le réseau social soit axé sur le partage de posts textuels avec une faible quantité de photos et vidéos explique notamment ce score.

De plus, LinkedIn consomme 13,9 mAh d'énergie, soit 15% de moins que les autres applications du panel.



# L'impact carbone des réseaux sociaux

l'impact environnemental représente de 20 à 40 kg eqCO2 selon le réseau social.  
Cela représente 185km en voiture pour le réseau le moins sobre.

Le poids carbone pour un **utilisateur / jour** : **165,6 gEqCO2**.  
Soit l'équivalent de 1,4 km effectués en véhicule léger.

Cela correspond également à **60 kgEqCO2 par utilisateur par an**, soit l'équivalent de 535 km effectués en véhicule léger moyen en France.

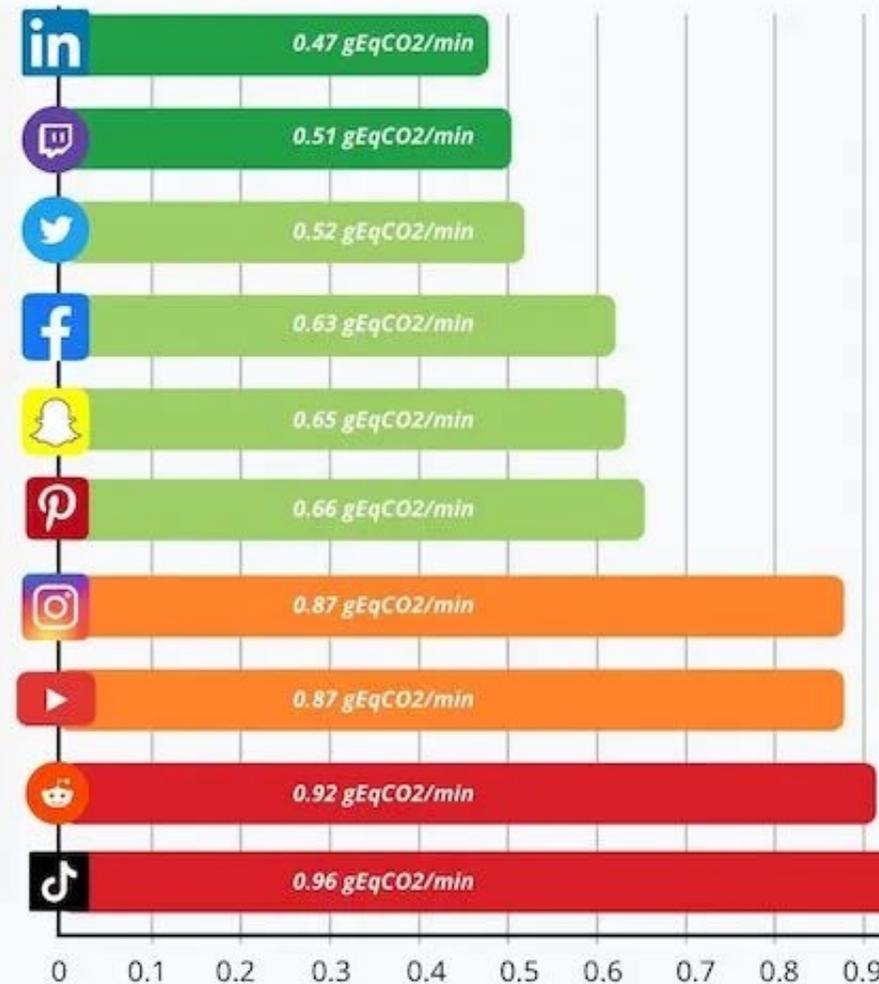
Ce qui équivaut à **1% de l'impact carbone d'un(e) français(e) (9 Tonnes/ an / habitant)**.



Classement de l'impact environnemental des applications mobiles de sociaux

Emission GES en gEqCO<sub>2</sub>/min\*

\*L'unité gEqCO<sub>2</sub> est une unité de mesure utilisée pour évaluer l'impact environnemental d'un produit, d'un service ou d'un phénomène dans le but de pouvoir comparer des choses de domaines différents sur la base d'une même métrique.



Les mesures ont été réalisées le 13/04/2023

**LINKEDIN**





# LinkedIn est l'application numéro 1 des professionnels.

On estime qu'il y a plus de 2 nouveaux inscrits par seconde !  
930 millions de membres dans le monde.

25 millions de membres en France dont  
**12 millions** d'actifs par mois.

**47%** sont des Femmes  
**53%** des hommes

Plus de **50%** ont entre 25 et 34 ans

**94%** des professionnels en BtoB utilisent la plateforme pour distribuer du contenu (partage d'expérience, mise en avant de l'expertise, conseils,..)

Source Digimind





# Pourquoi utiliser LinkedIn ?

Les études de LinkedIn ont comptabilisé 58 millions d'entreprises présentes sur le réseau, 2 millions de TPE et 120 000 écoles et universités.  
Seulement 1% des utilisateurs publient des posts.

**Personal  
Branding**

**Faire de  
la veille**

**Trouver  
un emploi**

**Suivre des  
formations**

**Assister  
à des  
événements**

**Faire de la  
publicité (Ads)**

**Communiquer  
autour de votre  
entreprise ou  
de votre  
activité**

**Recruter**

**Trouver de  
nouveaux  
clients /  
Fournisseurs /  
Partenaires**

**Améliorer son  
référencement  
naturel**



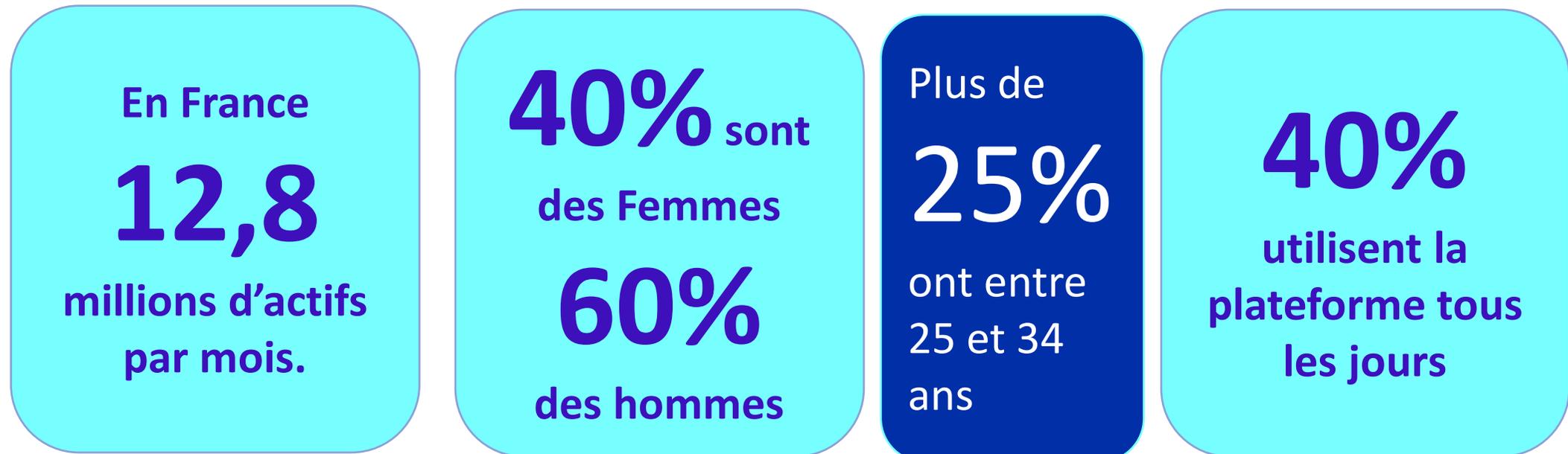
**X (ex Twitter)**





# X (ex Twitter) est l'application de l'information

206 millions d'utilisateurs actifs dans le monde monétisables.



Source Digimind



# Pourquoi utiliser Twitter ?

**Pour  
s'informer en  
temps réel**

Suivre des  
journalistes

**Suivre des  
influenceurs**

Pour le  
réseau  
institutionnel

**Assister  
à des  
événements**

Faire de la  
publicité (Ads)

**Communiquer  
autour de votre  
entreprise ou  
de votre  
activité**

Utiliser les  
services de  
SAV

**Trouver de  
nouveaux  
clients /  
Fournisseurs /  
Partenaires**

**Améliorer son  
référencement  
naturel**

# Les alternatives à Twitter

## Threads (Meta) en chiffres



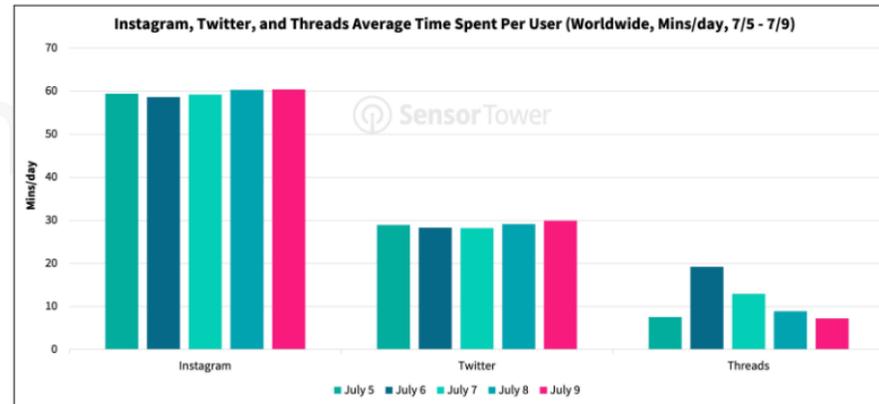
**Lancement le 5 juillet 2023**

**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

# THREADS aujourd'hui

Indisponible dans l'Union européenne, en raison de pratiques non conformes au RGPD.

**Une perte massive d'utilisateurs.**  
**Aujourd'hui seulement 8 millions dans le monde.**

**De nombreuses fonctionnalités manquantes comme :**

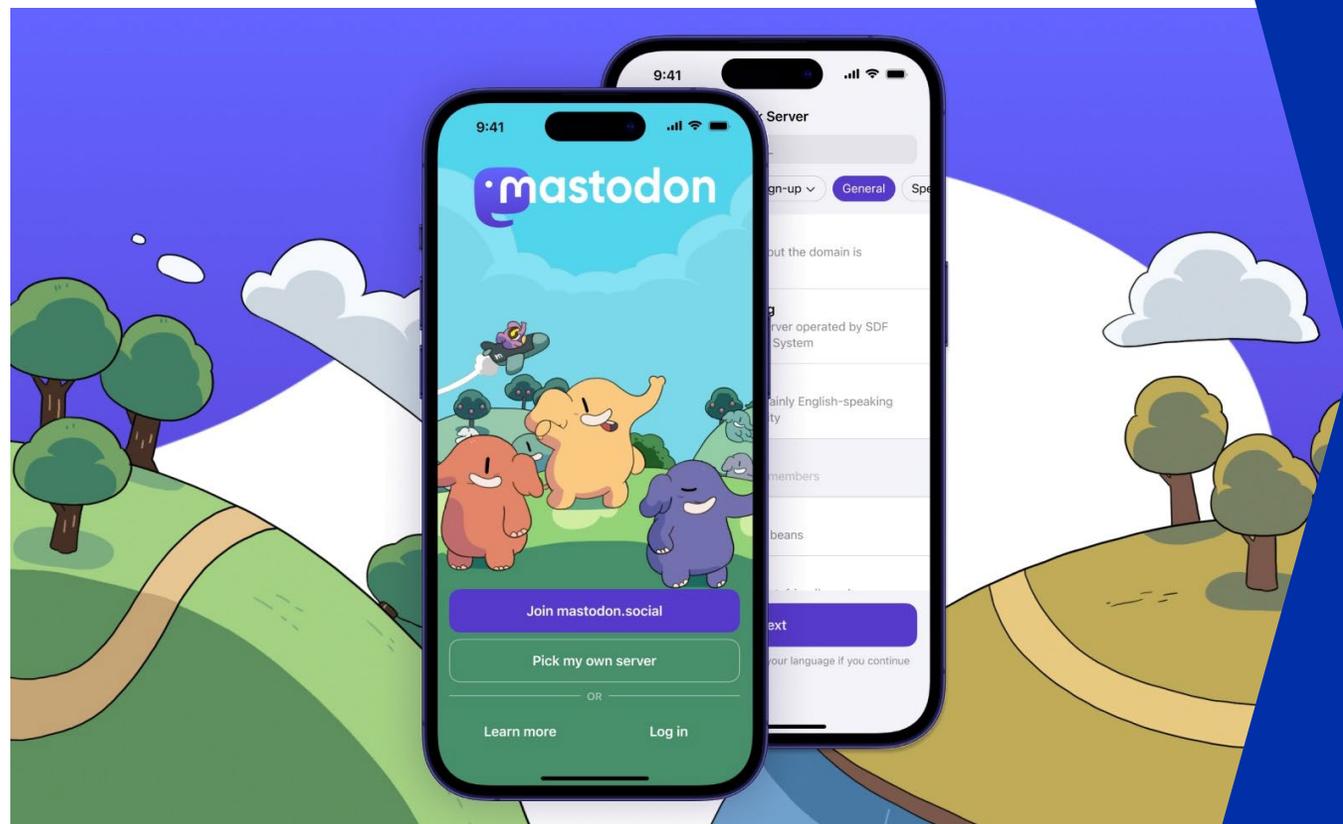
- La messagerie directe : il n'est pas possible d'envoyer un message direct
- La recherche par mots clés



# MASTODON

Le réseau social alternatif et non lucratif Mastodon. Créé il y a 6 ans, la mécanique de base est la même que Twitter.

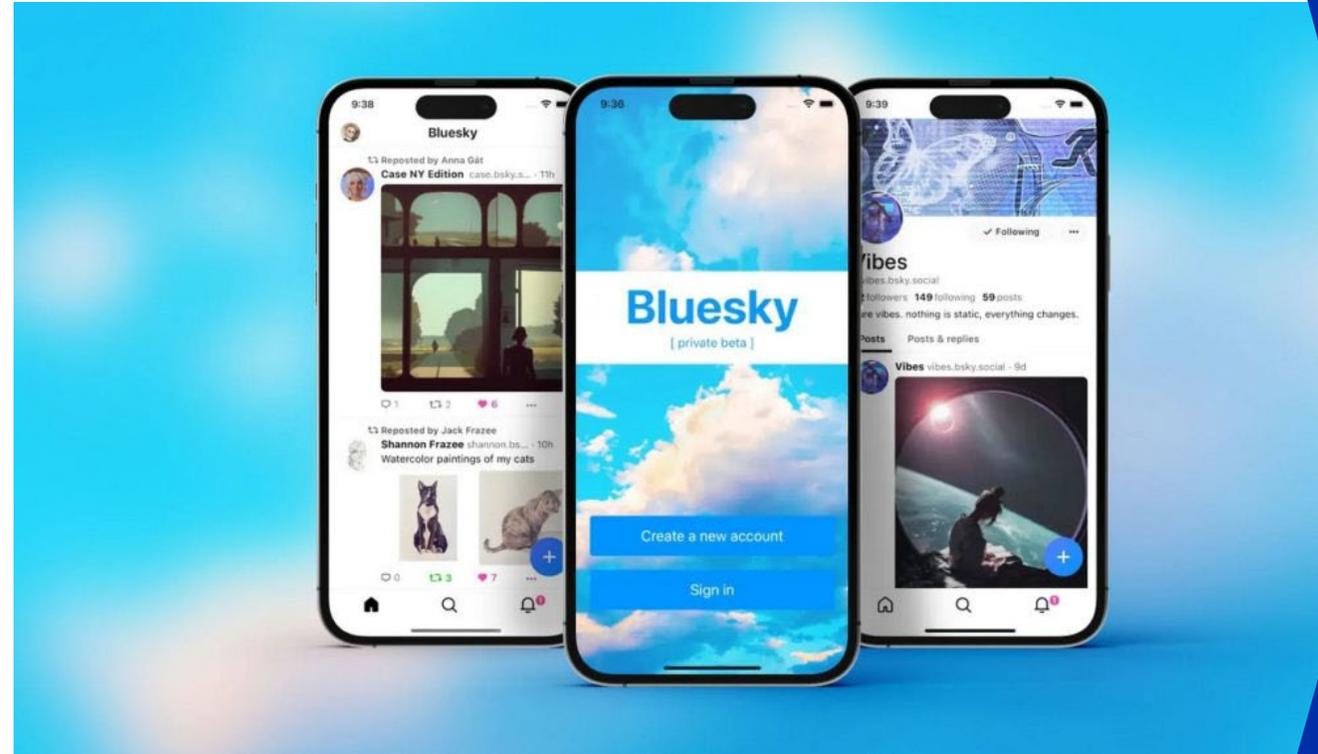
Mastodon est un logiciel open source. N'importe quel développeur (ou non développeur) peut l'utiliser pour créer son propre réseau social.



# BLUESKY

C'est **Jack Dorsey** qui a lancé le projet en 2019. L'interface de BlueSky ressemble à Twitter tout comme ses fonctionnalités.

Seul bémol. BLUESKY est en accès restreint !



**FACEBOOK**





# Facebook

2,9 milliards d'utilisateurs mensuels dans le monde.

28 millions d'actifs dans les groupes en France

En France **40**  
millions d'actifs  
par mois.

**52,5%**  
sont des  
Femmes  
**47,5%**  
des hommes

Plus de  
**61%**  
ont entre  
Plus de 15  
ans

**40%**  
utilisent la  
plateforme tous  
les jours

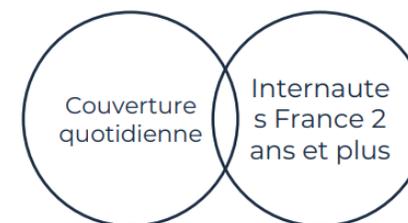
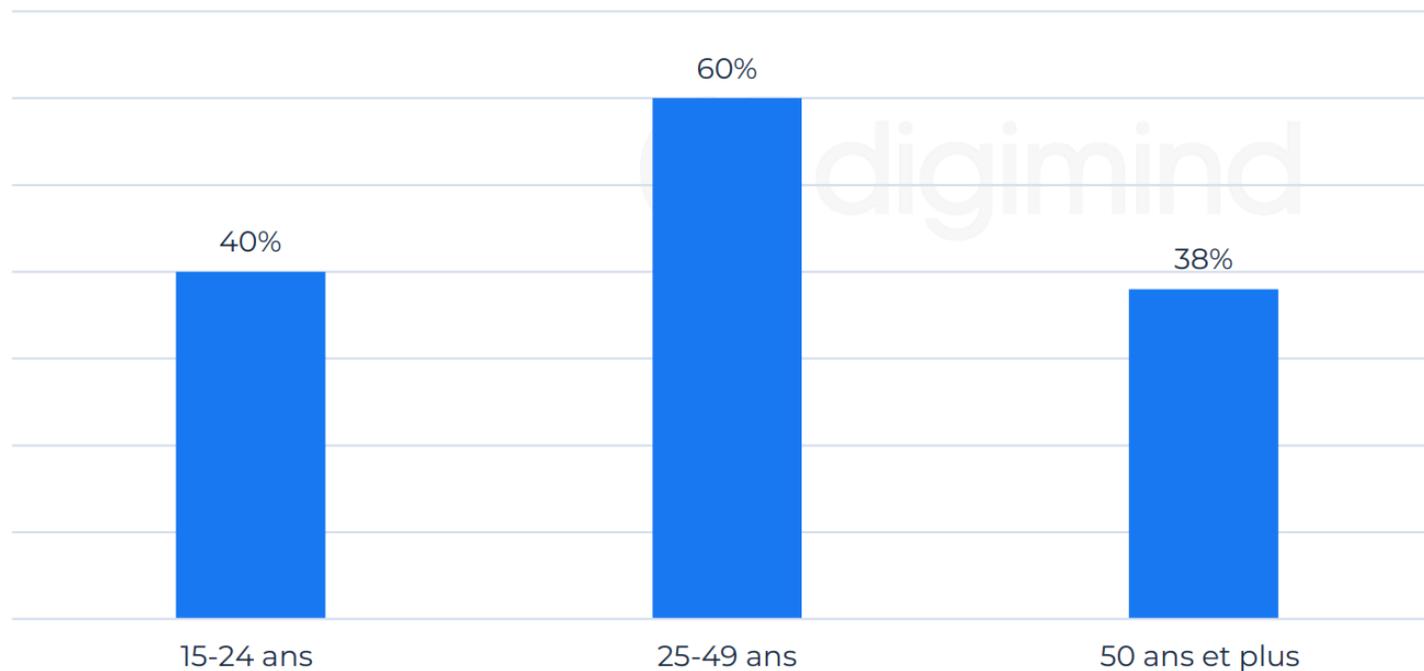
Source Digimind





# Facebook

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





# Pourquoi utiliser Facebook ?

**Trouver de nouveaux clients / Fournisseurs / Partenaires**

C'est la 8<sup>e</sup> appli téléchargée dans le monde

**Pour communiquer avec ses fans**

**Pour communiquer auprès des séniors**

Faire de la publicité (Ads)

**Communiquer autour de votre entreprise ou de votre activité**

**Créer / Communiquer sur des événements**

**Améliorer son référencement naturel**

**INSTAGRAM**





# Instagram

2 milliards d'utilisateurs mensuels dans le monde.

28 millions d'actifs dans les groupes en France

En France **26**  
millions d'actifs  
par mois.

**54%** sont  
des Femmes  
**46%**  
des hommes

Plus de  
**81%**  
ont entre  
16 et 25  
ans

**89%** des  
GenZ utilisent la  
plateforme tous  
les jours

Source Digimind





# Pourquoi utiliser Instagram ?

**Trouver de nouveaux clients / Fournisseurs / Partenaires**

**Pour faire de la pédagogie auprès de jeunes**

**Pour l'engagement. Interaction avec le public.**

**Pour contacter des influenceurs.**

**Faire de la publicité (Ads)**

**Communiquer autour de votre entreprise ou de votre activité**

**Pour les REELS**

**Améliorer son référencement naturel**

TIKTOK





# TikTok

2 milliards d'utilisateurs mensuels dans le monde.

28 millions d'actifs dans les groupes en France

En France **26**  
millions d'actifs  
par mois.

**54%** sont  
des Femmes  
**46%**  
des hommes

Plus de  
**81%**  
ont entre  
16 et 25  
ans

**89%** des  
GenZ utilisent la  
plateforme tous  
les jours

Source Digimind





# Pourquoi utiliser TikTok ?

**Trouver de nouveaux clients / Fournisseurs / Partenaires**

Pour faire de la pédagogie auprès de jeunes

**Pour l'engagement. Interaction avec le public.**

Pour contacter des influenceurs.

Faire de la publicité (Ads)

**Communiquer autour de votre entreprise ou de votre activité**

**Pour les REELS**

**Améliorer son référencement naturel**

I C



## LES TENDANCES

---



# Le format

La vidéo s'impose comme le format incontournable.

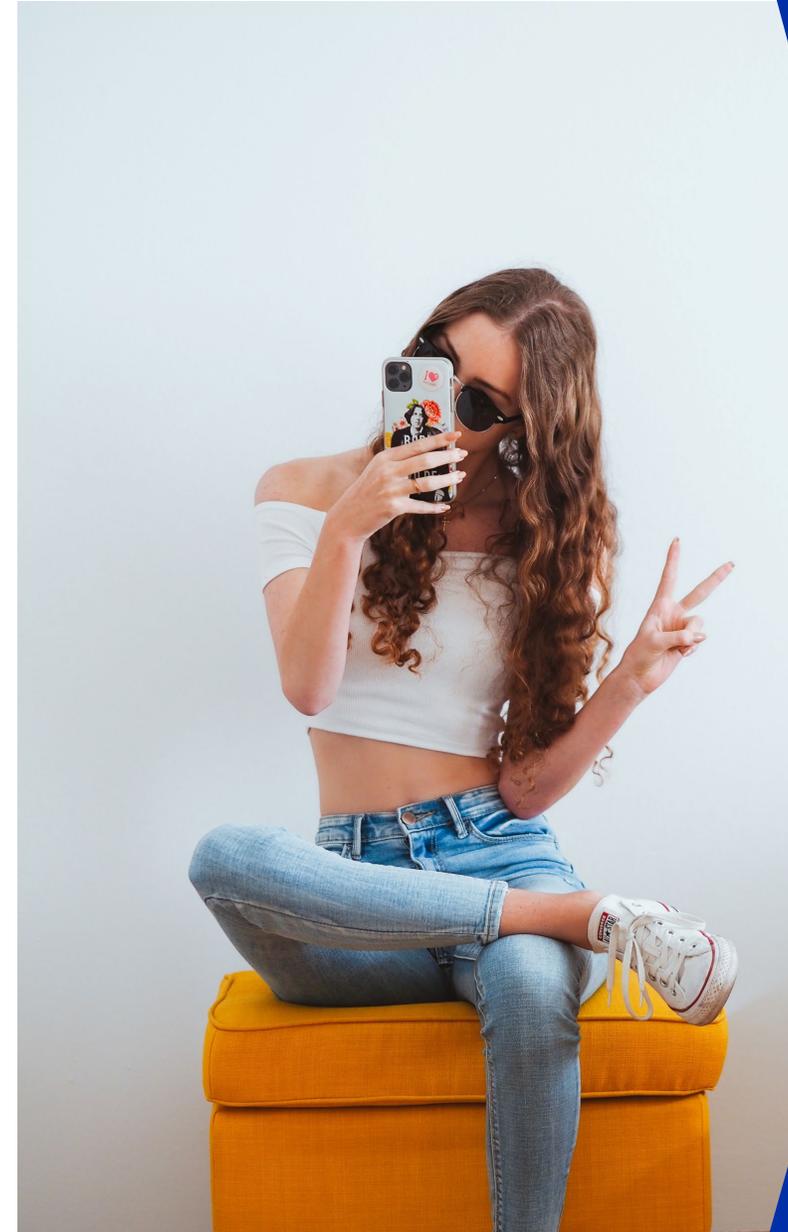
Le défi pour les marques est de maîtriser les « snackable videos » : des vidéos verticales courtes mais percutantes.



# Le marketing d'influence

Déclin de l'influence superficielle au profit d'une influence plus ciblée et qualifiée, axée sur la création de contenus viraux.

L'authenticité est devenue un critère clé dans le choix des influenceurs.



# L'employee advocacy

**Un projet « Gagnant-Gagnant ».**

Les messages de marque sont repartagés **24 fois plus fréquemment lorsqu'ils sont distribués par les employés.**

**78 %** des internautes ont **davantage confiance en une information venant d'un pair** que d'une marque.

98 % des employés utilisent au moins les réseaux sociaux à des fins personnelles, dont **50 % publient déjà des informations sur leur entreprise.**



# L'IA

## L'IA l'outil pour :

- Modérer les contenus
- Écrire les accroches
- Créer des visuels et vidéos
- Faciliter la navigation dans les plateformes



# L'accessibilité numérique

Le Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité (RGAA) s'applique aux réseaux sociaux.

**RGAA**



# Merci à vous !

Prenez la route de Madison communication !

