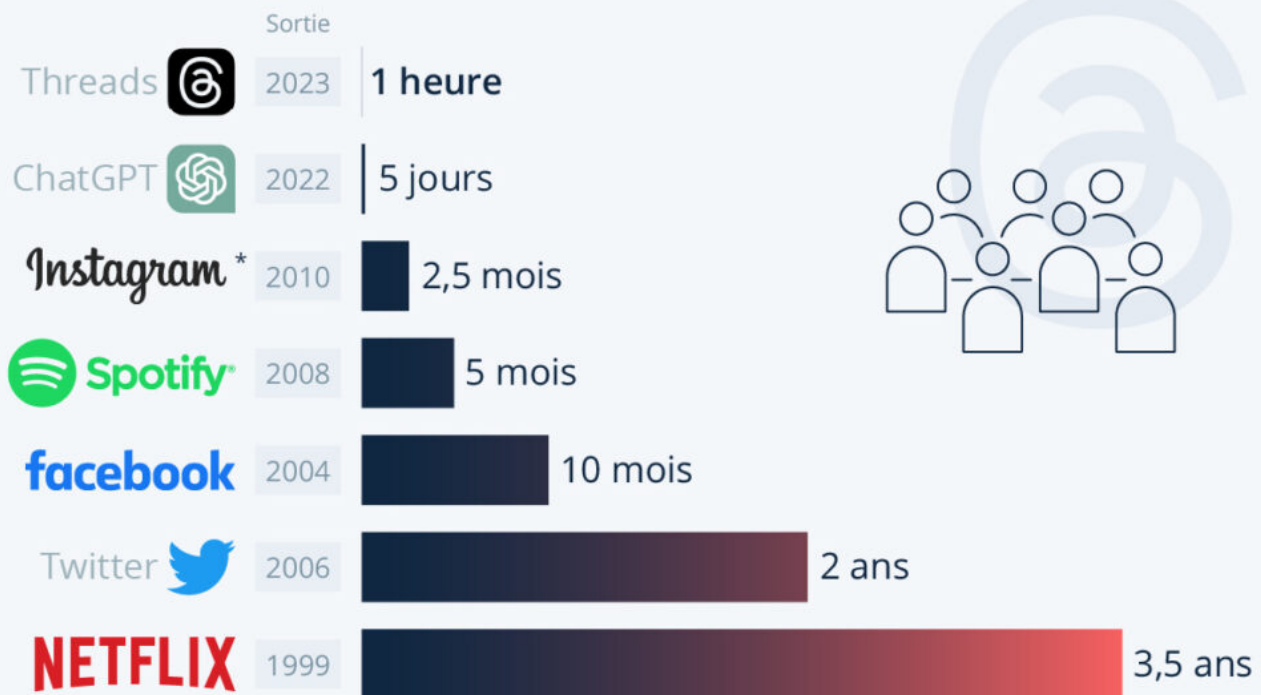


Écrit par le 23 juillet 2024

Réseaux sociaux : la ruée vers Threads

La ruée vers Threads

Temps qu'il a fallu aux applications/services suivants pour atteindre un million d'utilisateurs



* 1 million de téléchargements

Sources : Business Insider, communiqués des entreprises



statista

Plus de 30 millions de personnes se sont inscrites sur Threads en moins de 24 heures. L'alternative à

Écrit par le 23 juillet 2024

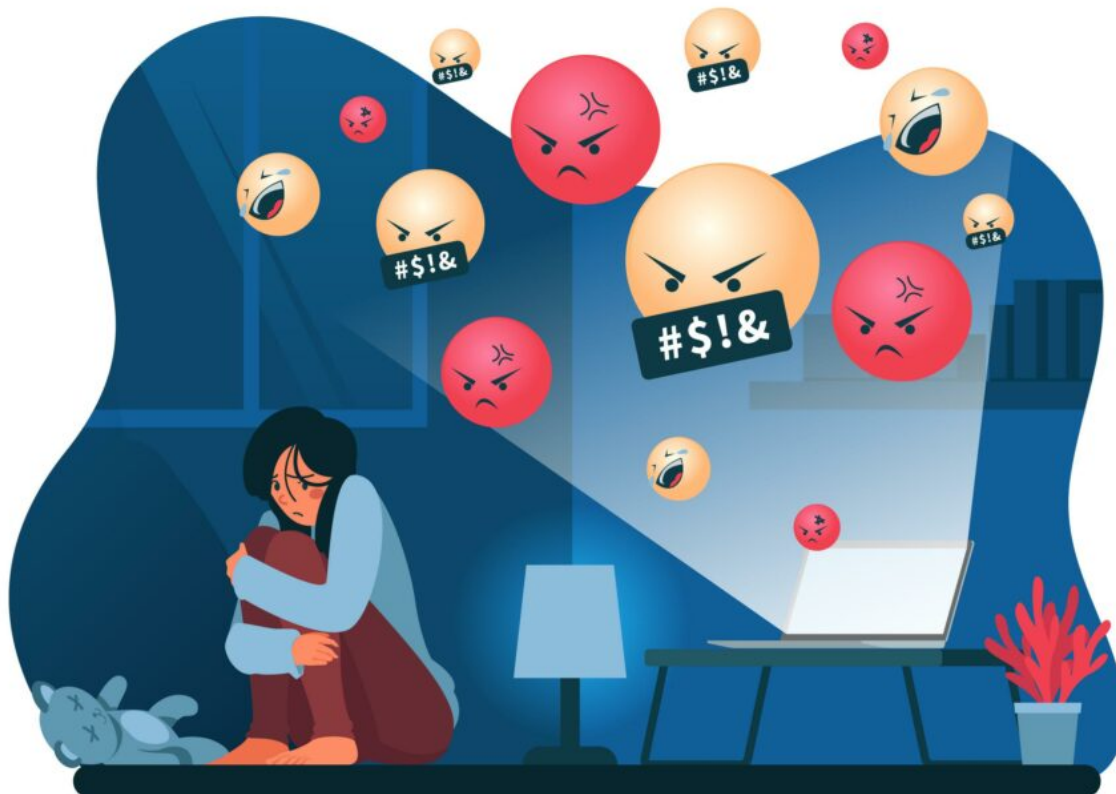
Twitter lancée par le [groupe Meta](#) a réussi à franchir la barre du million d'utilisateurs en l'espace d'une heure seulement. L'application de microblogging a ainsi littéralement pulvérisé le [record récemment établi](#) par [ChatGPT](#), comme le montre notre graphique.

L'année dernière, l'application d'intelligence artificielle était parvenue à atteindre le cap du million d'utilisateurs en cinq jours. La croissance explosive de Threads peut également être mise en parallèle avec celle de son principal concurrent, Twitter. Le [réseau social](#) fondé en 2006 avait mis deux ans à attirer autant de personnes. Pour la plateforme de Meta qui a la plus grande [portée mondiale](#), Facebook, il avait fallu dix mois. Et pour [Instagram](#), lancé en 2010, 2 mois et demi.

De [Tristan Gaudiaut](#) pour [Statista](#)

Selon les Français, les réseaux sociaux favorisent davantage l'isolement que le lien social

Ecrit par le 23 juillet 2024



L'Observatoire Cetelem et Harris Interactive ont choisi d'explorer au deuxième trimestre 2023 une nouvelle thématique intitulée 'Les réseaux sociaux, pour le meilleur et pour le pire'. La première enquête s'est intéressée aux usages qu'ont les Français des réseaux sociaux et à la façon dont ils les perçoivent.

Des réseaux pas si virtuels

Les géants Facebook, Instagram, Twitter, ou encore Tik Tok sont les réseaux sociaux que les Français connaissent le plus. Cependant, notoriété ne rime pas nécessairement avec popularité : si YouTube (84%) et Whatsapp (72%) jouissent d'une très bonne image, d'autres sont plus controversés, avec des taux de mauvaise image relativement élevés : Facebook (35%), mais surtout Twitter (44%) et Tik Tok (56%). A noter que les plus jeunes ont une image des réseaux nettement meilleure que les autres générations.

Pour les utilisateurs, les réseaux sociaux sont une réalité de tous les jours

81% d'entre eux s'y rendent quotidiennement. Ils sont 18% à les consulter toutes les heures voire plus souvent puisque ce chiffre atteint 46% chez les 15-24 ans.

Ecrit par le 23 juillet 2024

« Les Français affirment être inscrits en moyenne sur 4 réseaux sociaux différents, et jusqu'à 7 pour les 15-24 ans. »

Les Français affirment être inscrits en moyenne sur 4 réseaux sociaux différents, et jusqu'à 7 pour les 15-24 ans. Cependant, ils ne publient régulièrement que sur 2 d'entre eux en moyenne. Facebook est le réseau le plus utilisé avec 71% de la population qui y a un compte et qui l'utilise, devant WhatsApp (56%), YouTube (55%) et Instagram (49%). Les autres réseaux recueillent moins d'1/3 d'inscrits actifs, voire moins de 10% pour les réseaux les plus confidentiels, comme Telegram ou Mastodon. Par rapport au reste de la population, les 15-24 ans se déclarent davantage présents sur presque tous les réseaux sociaux... à l'exception notable de Facebook, seuls 45% d'entre eux indiquent l'utiliser contre 66% chez les 65 ans et plus.

Pourquoi les utilisateurs sont-ils aussi souvent sur les réseaux sociaux ?

Lorsqu'ils sont derrière leur écran, la plupart des utilisateurs regardent les publications de leurs amis (89%), consultent leurs messages (86%), ou encore scrutent les publications suggérées par les algorithmes (69%). Et pour cause, se divertir et se détendre (51%), mais aussi discuter avec leurs proches (51%) sont les objectifs premiers des utilisateurs ; s'informer sur l'actualité (27%) et trouver de l'inspiration (26%) apparaissent comme des bénéfices secondaires. Rares sont ceux qui avouent chercher à y élargir leur cercle social (12%), faire leur autopromotion (7%) ou booster leur ego (5%) ... Néanmoins, les Français imaginent volontiers que ce sont de véritables priorités pour les autres : ainsi, pour 44% d'entre eux, si les gens utilisent les réseaux sociaux, c'est pour élargir leur cercle social, et pour 40%, c'est pour booster leur ego.

Des Français sur leurs gardes

Si pour les Français, réseaux sociaux riment avant tout avec « influenceurs » (91%), ils soulignent également l'esprit de communauté (84%), de partage (83%) et de divertissement (80%) qui y règne. Mais malgré ces points positifs, le sentiment d'un danger l'emporte. En effet, les Français mettent en avant les risques d'addiction (86%), les fake news qui s'y diffusent (75%), ainsi que les discours intolérants (73%).

Le regard porté sur ces plateformes n'est pas le même chez les jeunes et les plus âgés

Cela s'explique par l'acculturation très différente aux réseaux sociaux. Parmi les points les plus différenciants, tendanciellement, les plus jeunes associent davantage les réseaux au divertissement, à l'information et à la mobilisation que leurs aînés, qui tendent plutôt à mettre l'accent sur les dérives possibles (complotisme, narcissisme...). Les différentes tranches d'âge sont en revanche relativement unanimes concernant le risque d'addiction induit par ces réseaux : 89% chez les 15-24 ans et 86% chez les 65 ans et plus.

« L'âge change radicalement la perception de l'impact des réseaux sur le quotidien. »

Ecrit par le 23 juillet 2024

« Du point de vue collectif comme du point de vue individuel, l'âge change radicalement la perception de l'impact des réseaux sur le quotidien : beaucoup plus que leurs aînés, les plus jeunes indiquent à quel point les réseaux ont un impact sur leur quotidien. Beaucoup plus que les autres, même s'ils ne nient pas les possibles risques qu'ils visualisent presque autant que leurs aînés, la Gen Z souligne les bénéfiques que les réseaux peuvent apporter à la société », commente Flavien Neuvy, Directeur de l'Observatoire Cetelem.

Un réel impact tant sur les individus que sur la société

Si les Français manifestent aujourd'hui des opinions vives et contrastées au sujet des réseaux sociaux, c'est notamment parce que selon eux, ces réseaux et leur développement ont un impact bien réel et palpable sur les individus et la société. À un niveau personnel, une courte majorité perçoit un impact des réseaux dans leur quotidien, qu'il s'agisse de la manière dont ils occupent leur temps (58%), dont ils échangent avec leurs proches (56%), ou dont ils s'informent (50%), avec des fortes variations selon l'âge, les plus jeunes se sentant particulièrement impactés (80% chez les 15-24 ans contre 25% chez les 65 ans et plus).

Du point de vue collectif, les réseaux sociaux sont également perçus comme ayant de vrais effets sur le monde réel : par exemple, pour 57%, ils permettent de créer des mobilisations pour changer les choses.

Davantage synonyme de danger que de bénéfice

Aux yeux des Français, l'existence des réseaux sociaux est davantage synonyme de danger (50%) que de bénéfice (33%) pour la société en général. En effet, s'ils leur concèdent des effets bénéfiques sur le lien social (54%) et l'accessibilité de l'information (50%), ils les perçoivent essentiellement comme un danger pour les enfants et adolescents (81%), la vie privée (78%) et la qualité de l'information (62%). Et pour cause, d'un point de vue psychologique, ils attribuent surtout des effets négatifs à la fréquentation des réseaux sociaux : sur la santé mentale en général (64%), sur l'esprit critique (58%) ou encore l'estime de soi (51%).

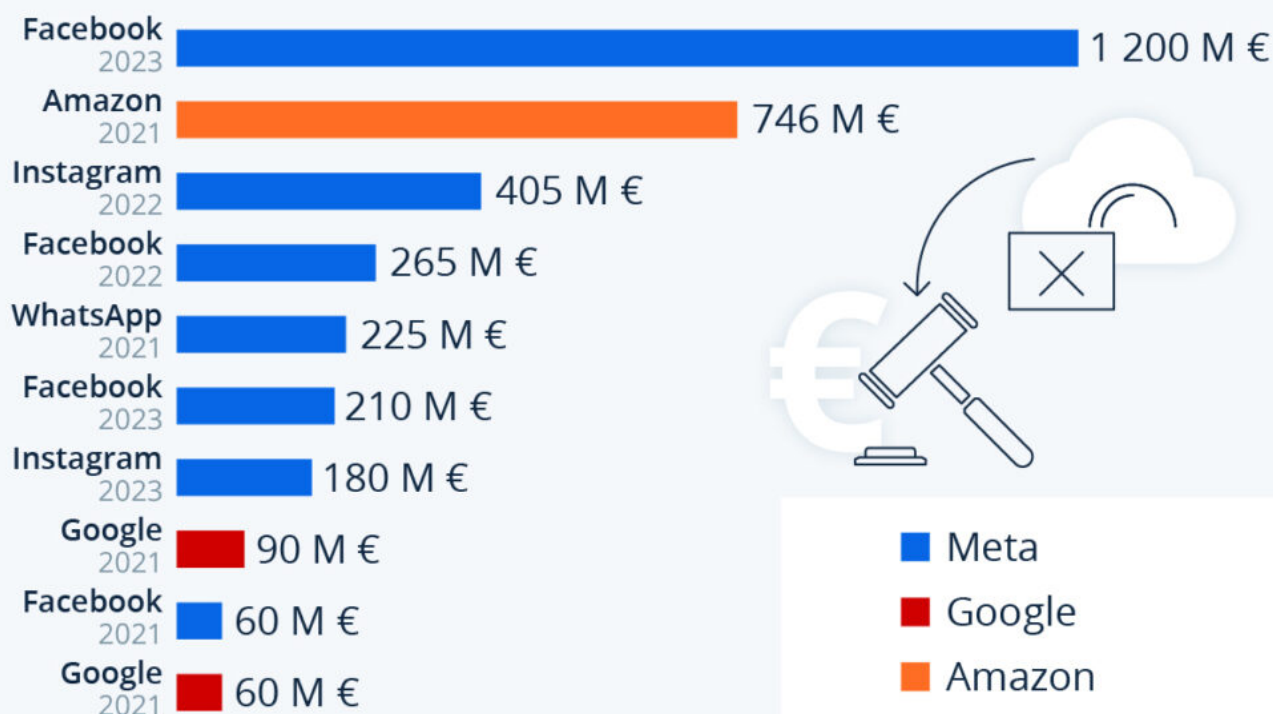
En définitive, les Français portent un regard très mitigé sur la capacité des réseaux à rassembler, et pratiquement 6 sur 10 (58%) d'entre eux estiment qu'ils favorisent davantage l'isolement que le lien social (42%). A noter que les jeunes de 15-24 ans ne sont pas si inconscients du danger que représentent les réseaux sociaux puisque 45% d'entre eux les voient comme un facteur d'isolement.

Violation de données personnelles : Meta condamné à une amende record

Ecrit par le 23 juillet 2024

RGPD : Meta cumule les amendes monstres

Plus grosses amendes infligées pour violation des données personnelles dans les pays de l'UE (non-respect du RGPD)



En date du 23 mai 2023.

Sources : CMS GDPR Enforcement Tracker, European Data Protection Board



statista

L'autorité irlandaise de protection des données (DPC) a infligé une amende record de 1,2 milliard d'euros au groupe Meta, qui exploite entre autres les plateformes [Facebook](#), Instagram et WhatsApp. La décision concerne plus précisément le réseau social Facebook, à qui il est reproché le transfert de [données personnelles d'internautes européens](#) aux États-Unis. Il s'agit d'une amende sans précédent dans l'Union européenne, dépassant de loin celle prononcée par le Luxembourg contre Amazon pour « non-respect des

Écrit par le 23 juillet 2024

principes généraux de traitement des données » en 2021 (746 millions d'euros).

Comme le montre notre graphique, depuis l'adoption du règlement général sur la protection des données (RGPD) il y a cinq ans, Meta cumule les amendes monstres. Le top 10 des plus lourdes sanctions infligées pour infraction au RGPD est presque intégralement occupé par des services du groupe dirigé par Mark Zuckerberg. Facebook, Instagram et WhatsApp ont ainsi reçu 7 des 10 plus grosses sanctions prononcées dans l'Union européenne à ce jour. Cumulées, ces sept amendes reçues par [Meta](#) entre 2021 et 2023 représentent un total de plus de 2,5 milliard d'euros.

Le cadre réglementaire du RGPD vise à donner aux utilisateurs un plus grand contrôle sur leurs données personnelles et impose de nouvelles normes à la gestion des données par les entreprises. Pour les contrevenants à ces règles, les sanctions sont souvent lourdes. Le RGPD a été mis en place le 25 mai 2018, en remplacement de la directive européenne sur la protection des données de 1995, et contient 99 articles. En mai 2023, le [suivi](#) de CMR.Law a recensé plus de 1 600 violations individuelles du RGPD depuis sa mise en place, bien que les données soient probablement incomplètes puisque toutes les amendes ne sont pas rendues publiques.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Le Vaucluse, 2e destination touristique départementale sur les réseaux sociaux

Ecrit par le 23 juillet 2024



Selon l'agence de communication spécialisées dans les médias sociaux [We like travel](#), le Vaucluse se positionnait à la deuxième place dans le classement des départements les plus touristiques sur les réseaux sociaux en France en décembre dernier.

D'après We like travel, plus de 4 milliards de personnes sont actives chaque mois sur les réseaux sociaux, dont 40 millions de Français. Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok et les autres réseaux sociaux constituent un outil important pour le tourisme. Après la pandémie de Covid-19, la communication digitale s'est avéré plus que nécessaire afin de redonner de l'attractivité aux territoires. Facebook se présente comme le leader des stratégies nationales et internationales des destinations françaises, suivi d'Instagram qui est de plus en plus indispensable pour faire de la promotion touristique.

Selon le [baromètre des destinations touristiques sur les réseaux sociaux en France](#), si la Côte d'Azur continue d'attirer et se place en première position concernant la catégorie des régions, le Vaucluse, lui, fait de plus en plus ses preuves et se place dans le top 3 dans la catégorie des départements, en deuxième position en décembre 2022 derrière la Savoie Mont Blanc et devant le Morbihan. Sur Facebook, le Vaucluse présente un fort taux d'engagement avec une progression de 6,68%. Une des progressions les plus forte du classement sur ce réseau social.

Ecrit par le 23 juillet 2024

🏆	Départements ^	★ Score	f Facebook		📷 Instagram		🐦 Twitter
		Score WLT ↕	Fans ↕	Taux Eng. ↕	Abonnés ↕	Taux Eng. ↕	Abonnés ↕
1	Savoie Mont Blanc (FR)	500 ↗	1005985	0,95 % ↗	176175	1,98 %	25491
2	Vaucluse	495 ↗	229789	6,68 % ↗	57513	1,55 %	9418
3	Morbihan	470 ↘	419503	1,06 % ↘	70448	2,75 %	18225
4	Touraine	469 ↘	229108	2,96 % ↘	34430	3,33 %	2498
5	Corrèze	412 ↗	130003	2,57 % ↗	28515	2,3 %	5739

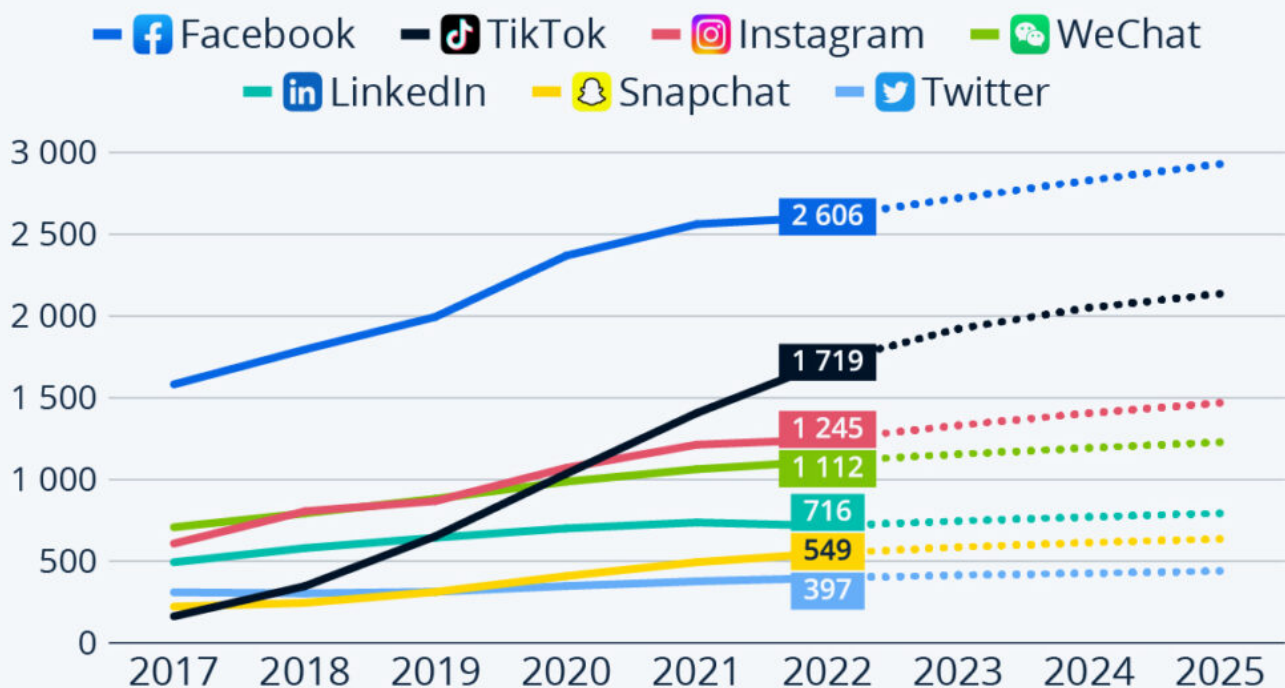
V.A.

Réseaux sociaux : l'ascension fulgurante de TikTok

Ecrit par le 23 juillet 2024

Réseaux sociaux : l'ascension fulgurante de TikTok

Nombre d'utilisateurs actifs des réseaux sociaux sélectionnés dans le monde, en millions



Estimations en date de juin 2022. Projections de 2023 à 2025.

Source : Statista Advertising & Media Outlook



statista

L'utilisation des [réseaux sociaux](#) ne cesse de croître dans le monde. Le nombre d'utilisateurs actifs des réseaux est estimé à 4,6 milliards en 2022, soit autour de 60 % de la population mondiale, et ce chiffre devrait passer à près de 6 milliards à l'horizon 2027, selon les projections du [Statista Advertising & Media Outlook](#).

Ecrit par le 23 juillet 2024

Comme le met en avant notre graphique, parmi les plateformes qui attirent le plus d'utilisateurs, [TikTok](#) se démarque de la concurrence avec un rythme de croissance hors du commun. Sur la période 2018-2022, le réseau basé sur le partage de clips vidéo a attiré en moyenne 340 millions de nouveaux membres actifs par an. Après avoir franchi le cap du milliard d'utilisateurs dans la foulée du « boom numérique » déclenché par la pandémie de Covid-19, TikTok a dépassé [Instagram](#) en 2021. Il est prévu que la base d'utilisateurs de la plateforme atteigne les 2 milliards d'ici 2024.

Malgré un très net ralentissement de sa croissance ces dernières années, [Facebook](#) reste le leader des réseaux. La plateforme fondée par Mark Zuckerberg compte actuellement plus de 2,6 milliards de comptes actifs.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Créativa : comment bien agir sur le web ?

Ecrit par le 23 juillet 2024



La pépinière d'entrepreneurs du Grand Avignon [Créativa](#), propose une formation autour des bons réflexes à adopter sur internet. Cette rencontre sera animée par [Solenn Gaune](#), fondatrice de l'agence de communication avignonnaise [Apostrophe Media](#), le mardi 20 septembre.

Pour participer à cette formation, il faut [s'inscrire préalablement en ligne](#) (les places sont limitées) et se munir d'un appareil connecté tel qu'un ordinateur, une tablette ou un smartphone pour le jour J. Plusieurs sujets seront abordés : l'importance du web pour les professionnels, les commerciaux 2.0 et le lien entre la communauté et le site internet, et tout ce qui touche aux réseaux sociaux.

Mardi 20 septembre. De 9h à 12h. Grande salle du nouveau bâtiment de Créativa. 81 Rue du Traité de Rome. Avignon.

V.A.

Ecrit par le 23 juillet 2024

Pôle femmes CPME 84, Quels Réseaux sociaux pour trouver ses clients ?

Le pôle femmes de la CPME84 (Confédération des petites et moyennes entreprises) constitué de dirigeantes propose un atelier sur le thème : 'Réseaux sociaux, Lesquels choisir pour trouver des clients ?'

Si tout le monde s'accorde sur la nécessité de communiquer sur LinkedIn quand on est une professionnelle vendant des produits ou des services aux entreprises, la question de l'intérêt des autres médias se pose pour bien d'autres métiers.

Quel réseau pour quelle demande ?

LinkedIn est-il incontournable ? Facebook est-il mort ? Instagram est-il vraiment utile ? Et Tik Tok réservé aux jeunes ? Tout dépend de son secteur d'activité. C'est à cette question que répondra cet atelier.

L'atelier

Il sera animé par Nathalie Richard, fondatrice et dirigeante d'[Open biz](#) Digital humain depuis 2010, organisme de formation aux réseaux sociaux. Elle est formatrice et prof de stratégie digitale chez Kedge business school à Marseille et membre active de nombreuses associations de femmes.

En savoir plus sur le Pôle femmes

Le Pôle Femmes de la CPME 84 a vocation à faciliter l'échange d'expérience entre cheffes d'entreprises, dirigeantes et encadrantes, créer du lien, favoriser le développement et traiter des sujets dédiés à l'entrepreneuriat au féminin. Les ateliers sont organisés tous les premiers mardis du mois entre 11h30 et 14h.

Les infos pratiques

Atelier Pôle femmes CPME 84. Mardi 11 octobre de 11h30 à 14h. Au Crédit agricole Alpes-Provence Avignon Amandier. 168, avenue Pierre Séward à Avignon. Un parking gratuit est à disposition sur le site. Inscription ferme et définitive sur j.mous@cpme84.org 04 90 14 90 90 ; contact@cpme84.org & www.cpme84.com

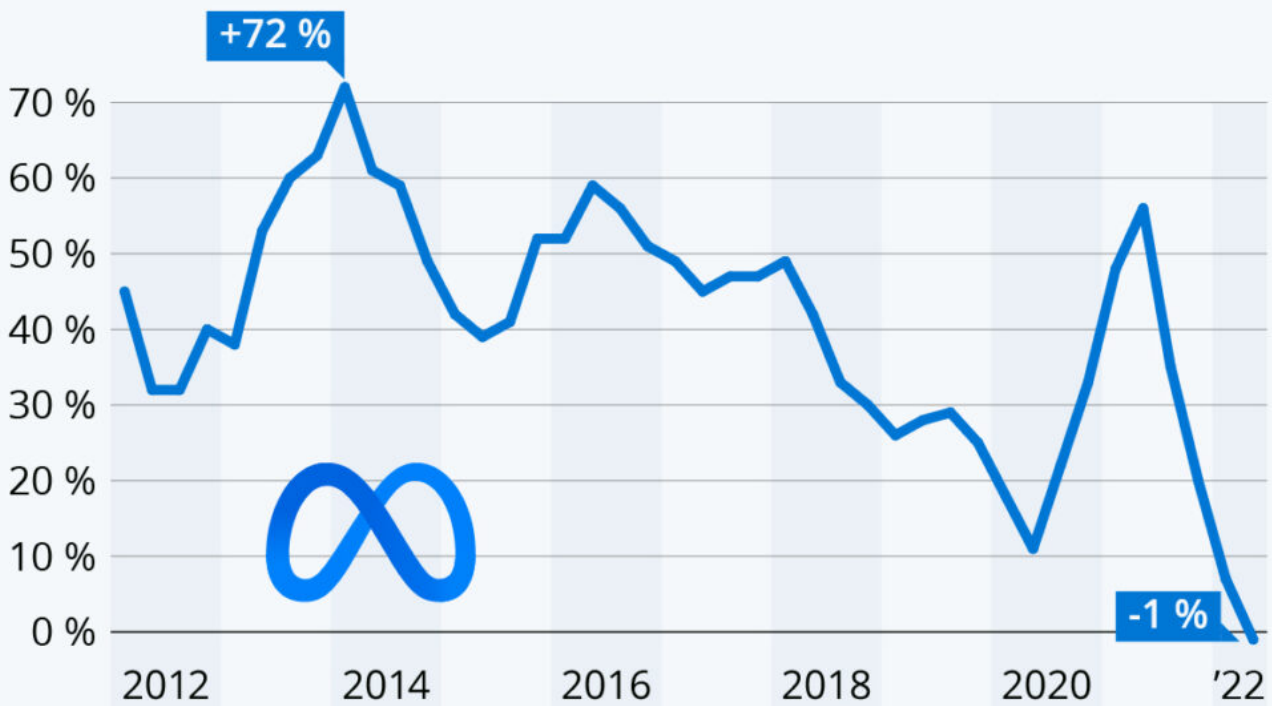
MH

Ecrit par le 23 juillet 2024

Les revenus de Meta déclinent pour la première fois

Les revenus de Meta déclinent pour la première fois

Variation des revenus trimestriels de Facebook/Meta en glissement annuel *



* Facebook a été rebaptisé Meta en octobre 2021.

Source : Meta



statista

Ecrit par le 23 juillet 2024

Alors que son modèle économique centré sur la publicité ciblée se retrouve de plus en plus controversé et menacé, [Meta](#) a enregistré la première baisse de revenus de son histoire, avec un déclin de 1 % au deuxième trimestre (par rapport à la même période en 2021). Comme le montre notre graphique, depuis son [entrée en bourse](#) en 2012, l'entreprise avait l'habitude de publier des taux de croissance à deux chiffres, la moyenne trimestrielle se situant même autour de 40 % au cours de la dernière décennie.

« Il semble que nous soyons entrés dans un ralentissement économique qui aura un impact important sur le secteur de la [publicité en ligne](#) », a commenté le patron du groupe, Mark Zuckerberg, qui juge la situation du marché « pire qu'il y a trois mois ».

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

Les influenceurs à la découverte du Luberon

Ecrit par le 23 juillet 2024



Les offices de tourisme Isle sur la Sorgue Tourisme et Destination Luberon Cœur de Provence viennent d'organiser la première édition de l'événement 'Instameet en Luberon' dont l'objectif est d'inviter des influenceurs à faire découvrir le territoire à leur communauté.

[Isle sur la Sorgue Tourisme](#) et [Destination Luberon Cœur de Provence](#) ont reçu une dizaine d'influenceurs dans le cadre de la première édition de l'événement 'Instameet en Luberon', qui a été un véritable succès. Tous influents sur le réseau social Instagram, ils ont découvert les paysages provençaux à bord d'un combi van Volkswagen et l'ont fait découvrir à leurs abonnés par le biais de la caméra de leur téléphone. Le van, très en vogue sur les réseaux sociaux depuis plusieurs mois, les a conduit à la découverte du patrimoine vaclusien.

Après un petit déjeuner à la Forêt des Cèdres de Cabrières d'Avignon, le groupe a pu faire une balade à VTT et en trottinette électrique jusqu'à la Venise Comtadine, l'Isle-sur-la-Sorgue. Les influenceurs se sont

Écrit par le 23 juillet 2024

ensuite rendus à Oppède pour une pause déjeuner au Domaine de la Garelle. L'occasion idéale de découvrir les vins du Luberon. Pour finir cet 'Instameet' en beauté, ils ont pu profiter de la nature et des paysages lors d'une randonnée d'une heure et demi entre Maubec et Oppède-le-Vieux.

En tout lors de cet événement, ce sont plus de 200 stories qui ont été publiées par les influenceurs, qui ont atteint une communauté totale de 37 700 personnes. Pour retrouver les photos de cette journée, rendez-vous sur les profils Instagram des influenceurs : [@une_fille_du_soleil](#), [@violaine_pradon](#), [@lescheminsdetraverse](#), [@p_laetitia](#), [@julie_arena](#), [@melou030](#), et [@ninou_mrl](#)

V.A.