

## Réseaux sociaux : état des lieux et décodage

Quand on parle de réseaux sociaux, on pense à Facebook ou Twitter, vu leurs nombres d'inscrits à travers le monde. Pourtant les réseaux sociaux sont aussi nombreux que variés et peuvent couvrir autant de comportements sociétaux que d'objectifs stratégiques ou marketings.

### Panorama des médias sociaux :

Ce panorama, non exhaustif, permet de mesurer l'étendue des potentiels d'utilisation des médias sociaux.

Les réseaux sociaux sont des sous-ensembles des médias sociaux. Ils se caractérisent par un fonctionnement communautaire notamment par des échanges de contenus.

Les réseaux sociaux généralistes se déclinent en outils de partage et de discussion. L'utilisation sociale du web va jusqu'aux publications mutualisées d'actualités, et aux émissions en direct (livecast). Les jeux en réseau (MMO pour Massively Multiplayer Online) sont eux aussi intégrés au panorama des médias sociaux.

source fredcavazza.net – mai 2011



### Les réseaux sociaux en chiffres (Source Go-globe.com, Journaldunet.fr, Comscore.com, Médiamétrie)

Pour 2 milliards d'internautes dans le monde et 152 millions de blogs recensés en décembre 2010, les principaux réseaux sociaux représentent un bonne part du développement du web.

<p><b>facebook</b></p>	<p>750 millions d'utilisateurs dans le monde, soit 1 internaute sur 3 20 millions d'utilisateurs en France, soit 31% de la population 70 000 en Nouvelle Calédonie, soit 35% de la population Près de 4 millions de Français y passent plus d'une heure par jour Chaque minute, c'est : 695 000 nouveaux statuts publiés, 79 364 posts sur un mur, 510 040 commentaires ajoutés</p>
<p><b>twitter</b></p>	<p><b>Linked in</b></p> <p>90 millions d'utilisateurs dans le monde 1 million d'utilisateurs en France 100 nouveaux profils sont créés chaque minute</p>
<p><b>viadeo</b></p>	<p>35 millions d'utilisateurs en France 25 heures de vidéos regardées chaque minute sur Youtube 600 nouvelles vidéos postées</p>

## Définition

Tout le monde a déjà entendu parler des réseaux sociaux, par des proches ou des collègues. D'ailleurs 77% des français ont aujourd'hui au moins un compte sur un réseau social (sondage Ifop 2010). **Mais qu'est ce qu'un réseau social ?**

Les définitions de réseaux sociaux sont multiples. Construits par le monde réel, ils prennent forme dans le monde digital.

## Commençons par un peu d'histoire...

Le concept même du réseau social n'est pas nouveau. On peut trouver son origine dans les années 50. **Une théorie sur les réseaux sociaux a même été définie en 1954, par l'anthropologue John A. Barnes**, dans son ouvrage « *Class and Committees in a Norwegian Island Parish* ». Et oui, d'une certaine façon les premiers germes des réseaux sociaux ont été semés par des communautés hippies, créant alors une société dans la société.

Un réseau social consiste en plusieurs **groupes, organisations ou individus reliés entre eux par des liens créés lors d'interactions sociales**. Tout réseau social possède une structure propre, où chaque membre a une place définie. Le pouvoir de chacun au sein d'un réseau social dépend de ses relations avec les autres membres.

**Les réseaux sociaux peuvent alors jouer divers rôles, dans l'accomplissement de soi, dans l'appartenance à un groupe, dans l'aide à l'embauche, dans le succès des sociétés ou dans l'accomplissement professionnel.**

**Facebook a été créé par l'informaticien Mark Zuckerberg**, lorsqu'il était encore étudiant à Harvard. Son objectif premier était de créer une plateforme de contacts élèves de sa faculté.

## Les réseaux sociaux modernes

Si les blogs ont été précurseurs pour la mise en ligne de points de vue et de centres d'intérêt, le web communautaire lui vole aujourd'hui la vedette. Car, **les réseaux sociaux ouvrent d'autres perspectives en quelques clics : retrouver ses amis perdus, faire des rencontres, partager ses passions et ses loisirs, donner des nouvelles, etc.**

**Le site SixDegree.com, ouvert en 1997, puis fermé en 2001, est reconnu comme l'un des réseaux pionniers du web 2.0.** Ce nom était choisi pour illustrer la théorie des six degrés de séparation selon laquelle il n'y a que de 6 personnes qui séparent 2 individus pris au hasard. Construit à partir d'un cercle d'amis, SixDegree avait pour ambition de mettre à jour concrètement cette théorie.

## Typologie des réseaux sociaux



Loin de se réduire à Facebook, les réseaux sociaux, se déploient aujourd'hui sous toutes leurs formes.

**Ils peuvent être généralistes, pour s'adresser au plus grand nombre. Ils peuvent aussi se spécialiser pour s'adresser à une cible d'internautes regroupés en communauté ou autour d'un centre d'intérêt partagé.**

### LES GENERALISTES

- pour **se faire des amis** ou en retrouver d'anciens, pour faire circuler l'information : **Facebook** (750 millions d'utilisateurs revendiqués), **Myspace** (100 millions de membres), **Twitter** (200 millions de tweets échangés chaque jour) et **Google+** (déjà plus de 20 millions d'utilisateurs, atteints en 21 jours) lancé depuis juin dernier, sur invitations uniquement, et encore en test.

### LES SPECIALISES

- pour **développer ses réseaux professionnels**, trouver un job ou de nouveaux clients : l'américain LinkedIn ou le français Viadeo, le japonais Mixi, devenu leader des réseaux sociaux nippon.

- ou **encore plus spécialisés**, réseaux dits réseaux verticaux, avec Taltopia pour les artistes, Advogato pour les développeurs informatique open source, MilitaryNetworks pour les militaires...

- pour **faire partie d'une communauté** et partager des centres d'intérêts :

\* avec un exemple aux Etats-Unis, autour des **communautés ethniques** : Blackplanet pour la communauté noire aux Etats-Unis, MiGente pour la communauté latino, AsianAvenue pour la communauté asiatique...

\* selon les **classes sociales** : par exemple pour les élites européennes ASmallWorld, site accessible uniquement sur invitation,

\* selon les  **croyances religieuses** : Muxlim pour les musulmans, My Church pour les chrétiens,

\* ou encore avec des réseaux de **voisinage** : Peuplade, Voisineo,

\* et autour de **passions partagées** : Babelio pour la littérature.

- pour se **réunir et mener des actions collectives** comme acheter en groupe sur Groupon ou même via Facebook.

Ainsi, la plus grande fonctionnalité des réseaux sociaux, **le partage, en fait leur réussite et leur raison d'être**, surtout auprès des jeunes générations.

*3 motivations à s'inscrire sur réseau social :  
Etude EBG – Internet Marketing 2009*

1. *Rester en contact avec son entourage*
2. *Partager des centres d'intérêt et des passions*
3. *Aller à la « rencontre » de nouvelles personnes*

En plus de rester en contact avec son entourage, les réseaux sociaux représentent également **l'opportunité de rencontrer de nouvelles personnes**. 44% des internautes inscrits ont déjà établi de nouveaux contacts (étude EBG 2009), et 32% des individus ayant établi de nouveaux contacts les ont déjà rencontrés physiquement.

A plus grande échelle, bon nombre de rendez-vous, ou flash mob (mobilisation éclair de personnes qui ne se connaissent pas à priori et qui vont mener une action convenue d'avance, phénomène né du web 2.0), se donnent en ligne. Les individus connectés sur leur réseau préféré **se regroupent en un lieu, cette fois physique et bien réel**. Les exemples peuvent aller des « apéros géants » (réunions spontanées lancées sur Facebook), à la chasse aux billets d'avion EasyJet (lancé de billets d'avions sur l'esplanade de la Défense, annoncé sur Facebook).

## Enjeux politiques et socioéconomiques des réseaux sociaux

### Les enjeux politiques et sociaux

« Jamais le village planétaire n'a été aussi petit », nous dit le sociologue canadien, Marshall Mac Luhan, pour qui « le monde n'est plus qu'un seul et même village, une seule et même communauté ».

Les réseaux sociaux, par essence **créateurs de lien social**, pourraient être un paradoxe face à l'individualisme contemporain. Ils créent une société dans la société. Ils sont un espace public virtuel où l'individu choisi d'y présenter une facette de lui-même ou d'y créer sa propre identité. Ils constituent la partie de la révolution numérique qui modifie le plus les rapports des uns et aux autres. **Ce sont leurs usages individuels et collectifs qui feront l'avenir de cette nouvelle forme de société.**

Leur **puissance** et leur **immédiateté** en font de véritables avant postes de **l'information**, voire de vrais outils de fabrication de **l'opinion**. Ils peuvent même porter une forme d'« insurrection électronique » selon le politologue Hubert Védrine, comme, par exemple, lors des révolutions arabes.

Les politiques ont bien compris la **facilité des réseaux sociaux à diffuser et promouvoir des idées**. Ils utilisent les réseaux sociaux à la fois pour informer sur les actions des collectivités, et pour mener leurs campagnes électorales.

### Les enjeux pour les entreprises

**Toutes les communautés deviennent des cibles !** En effet, quel outil de marketing direct est à la fois aussi puissant et aussi accessible pour une entreprise en recherche de croissance ? Et qui plus est, quel outil marketing offre autant de données factuelles pour mieux analyser son marché et ses retombées commerciales ? Aucun !

L'intérêt marketing des réseaux sociaux étant bien mesuré, ils se transforment, au fur et à mesure de leur maturité, en **plateformes publicitaires**. Les réseaux sociaux commercialisent leurs potentiels aux annonceurs :

- soit sous formes d'annonces publicitaires,
- soit sous forme d'espaces dédiés aux marques qui deviennent des « amies »,
- soit encore sous forme d'applications, de groupes ou d'événements aux couleurs de ces marques.

La « fan page » Facebook de Coca-Cola est un exemple du genre où tout se décline en rouge et blanc... Ces outils publicitaires sont autant de **moyens pour les marques de répondre à des objectifs marketings** très clairs : image, notoriété, recrutement de nouveaux consommateurs, création de trafic, fidélisation, ou encore tout simplement réaction défensive face à une concurrence déjà présente sur les réseaux sociaux et protéger sa marque d'éventuels détournements.

La véritable nouveauté pour les marques est de savoir se fondre dans une communauté, adopter les us et coutumes liés à un centre d'intérêt d'une cible donnée. Et donc la marque n'apparaît plus comme un label mais comme un membre de la communauté.

C'est pourquoi les entreprises qui intègrent les réseaux sociaux à leur stratégie de communication globale vont même jusqu'à faire évoluer leur organisation aux besoins de ces plateformes. De nouveaux métiers voient le jour, comme le community manager qui sera chargé d'agir et réagir en ligne sur le réseau que la marque a souhaité « infiltrer ».

### Pour aller plus loin

> Lire l'étude Burson-Marsteller 2011 sur l'utilisation des réseaux sociaux par les entreprises et en comparatif par continents : <http://www.slideshare.net/BMGlobalNews/bursonmarsteller-2011-global-social-media-checkup>

> Voir l'émission TV « Les réseaux sociaux dans la stratégie des sociétés » : [http://www.youtube.com/watch?v=hk1KqkZICKw&feature=player\\_detailpage](http://www.youtube.com/watch?v=hk1KqkZICKw&feature=player_detailpage)

## Une réelle économie de marché

### Facebook : à la recherche du modèle économique performant

Qui dit marché, dit entreprise profitable, c'est ce que les réseaux sociaux, eux aussi recherchent en améliorant perpétuellement leur business model.

Ces modèles de réussite économique sont aussi nombreux et variés qu'il y a de réseaux sociaux sur la toile. Le plus imposant reste Facebook par son ancienneté et son poids actuel sur le web. Et il présente un exemple de business model pertinent, même s'il reste attaqué sur sa réelle rentabilité.

La dernière innovation, et nouvelle source de chiffre d'affaire, provient du lancement de la monnaie virtuelle des « Facebook credits ». Cette monnaie pourrait devenir une réelle puissance financière virtuelle face à des Paypals.

### Business Model Facebook

(Adaptation de simplyzesty.com)

Ce modèle économique s'appuie non seulement, sur la diversité des terminaux de connexion mais aussi sur la double source de revenus. La publicité en ligne, sous toutes ses formes, assure un chiffre d'affaire déjà conséquent à l'entreprise. Et les crédits Facebook seront aussi, dans un avenir proche, son 2<sup>ème</sup> socle de développement. Ces crédits, sorte de monnaie virtuelle, sera un passage obligé pour l'internaute pour se procurer, via Facebook, musique, films (en location dans 3 pays depuis ce mois d'août 2011), jeux (via Zynga) et autres marchandises.

### La bataille des réseaux

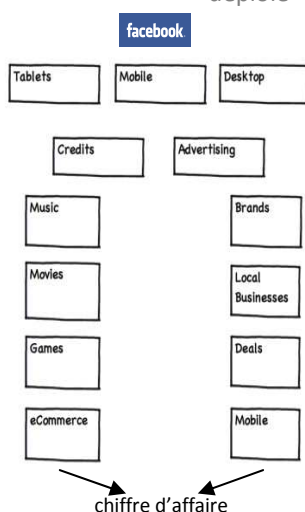
Ce sont ces enjeux économiques qui font qu'il existe un réel marché des réseaux sociaux. Les start-up du web l'ont bien compris et rentrent maintenant dans la cour des grands pour se livrer une vraie guerre de concurrents.

Viadeo, le leader français du réseau professionnel, se déploie aujourd'hui selon une logique de multinationale implantée en Chine, Inde et Amérique du sud.

LinkedIn a fait, fin mai 2011, une entrée réussie à la bourse de Wall Street. En devenant au même moment le 2<sup>ème</sup> réseau social en nombre de visiteurs uniques, derrière Facebook, ce réseau professionnel a enthousiasmé les marchés.

Facebook s'apprête aussi à une introduction en bourse pour la fin d'année.

Google +, dernier né, étant encore à la phase de tests, n'a pas encore ouvert sa plateforme aux annonceurs, mais la stratégie commerciale globale de Google ne manquera pas de rendre ce réseau social profitable. Google cherche ici à rattraper son retard pris sur l'ensemble de la fréquentation de l'internet, les internautes passent en effet plus de temps sur Facebook que sur le moteur de recherche. Et cet autre géant ferait d'une pierre deux coups en alliant nouveaux usages sociaux à la mobilité avec le potentiel rachat de Motorola.



# Nouvelles pratiques sociales...pour quoi faire ?

## Des pratiques en pointe

Face à ces nouvelles pratiques massives, ce sont de **nouveaux services** qui aujourd'hui voient le jour pour faciliter l'utilisation des réseaux sociaux.

Deux exemples :

### - Un annuaire pour réseaux sociaux

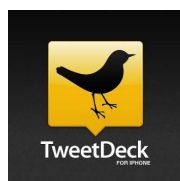


Le site [amzini.com](http://amzini.com) propose un annuaire de référencement des réseaux sociaux. Les notes et les commentaires des utilisateurs permettent de les classer en palmarès. 900 sites regroupés en 11 thématiques,

sont recensés en se limitant à la langue anglaise.

Le site propose 11 thématiques et plus de 50 sous-catégories pour les classer : Business, Rencontres, Education, Famille etc... On peut retrouver un réseau social ciblé sur une religion, ou sur une habitude de consommation (un réseau social spécial fumeurs par exemple) ou encore sur des causes environnementales. Son moteur de recherche permet de comparer jusqu'à 5 réseaux entre eux afin de permettre à l'internaute de choisir le plus adapté à ses besoins (chats, vidéos, messages privés, upload possibles de vidéos / sons / photos etc). Tous les sujets sont donc abordés, et il paraîtrait difficile de ne pas trouver chaussure à son pied dans un tel catalogue.

### - Une plate-forme commune pour leur lecture



Comme tout secteur d'informations, des sites agrégateurs voient également le jour concernant les réseaux sociaux, à l'instar de la petite start-up TweetDeck, qui propose de

consulter les news des réseaux sociaux sur une seule et même plate-forme.

Tweetdeck propose à ses abonnés d'agrèger les flux de contenus de ses plates-formes sociales pour les lire dans une seule et même interface. Tous les réseaux sociaux ne sont pas encore disponibles mais les principaux, à savoir Facebook, Twitter, Myspace, LinkedIn, Google Buzz et Foursquare. Chaque flux est présenté en colonne et il est possible de filtrer son contenu par des mots clés pour suivre l'actualité sur une thématique précise et de poster des tweets au travers de son site sur les différents réseaux sociaux.

## Et aussi des dérives...

Comme au sein de toutes les sociétés, les réseaux sociaux font naître des dérives et des comportements à risque. Ces dérives sont peut-être plus amplifiées par ces catalyseurs de données et d'informations que sont les réseaux sociaux, que par les autres moyens classiques de communication précédemment utilisés. Le simple fait de stocker des **informations personnelles** sur ces plateformes constituent un risque accru d'utilisations mal intentionnées. Le profil Facebook de Barack Obama avait par exemple été piraté en 2010.

Les **invitations privées** lancées sur les réseaux sociaux sont parfois mal maîtrisées. Une jeune allemande a vu ainsi 2000 personnes venir à son anniversaire pour lequel elle avait lancé les invitations sur Facebook.

Les réseaux sociaux jouent un rôle de taille dans l'organisation de **mouvements sociaux**, à l'instar de Twitter utilisé pendant les révolutions arabes de début 2011. Même si ce rôle peut parfois être trop rapidement exagéré, comme cela a été récemment le cas autour des émeutes londoniennes. La puissance de ces réseaux peut parfois faire porter des accusations rapides. A tel point que les pouvoirs publics de certains pays cherchent à les maîtriser. Par exemple, l'Inde souhaite surveiller les réseaux sociaux, officiellement pour se prémunir d'éventuelles attaques terroristes (lemonde.fr 10/08/2011).

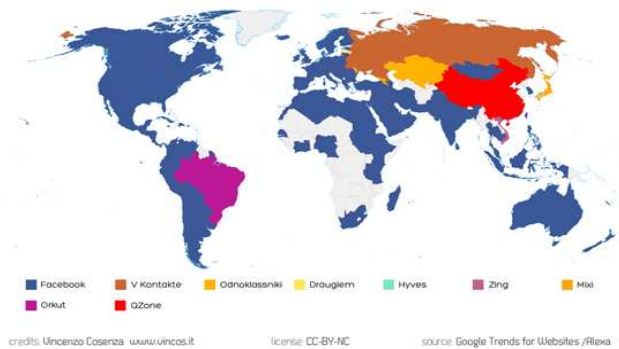
Et l'arrivée du **stress autour des réseaux sociaux** est déjà d'actualité. Selon une étude publiée par des psychologues de l'Université Napier d'Edinburgh effectuée sur 200 étudiants, avoir trop d'amis sur Facebook stresserait les étudiants :

- 12% des sondés indiquent se sentir anxieux. En moyenne, ces 12% ont 117 amis. Les 88% restants possèdent une moyenne de 75 amis.
- 63% des sondés déclarent ne pas répondre aux demandes d'ajout d'amis.
- 32% déclarent se sentir coupables lorsqu'ils refusent une demande d'ami.

# Les usages de la zone Pacifique par rapport au reste du monde

## Les spécificités mondiales des réseaux sociaux

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS  
June 2011



Facebook est certes le leader incontesté des réseaux sociaux, il continue de gagner du terrain chaque année. Mais il reste **quelques bastions où d'autres réseaux restent prépondérants** : le Japon, la Chine, la Corée, le Viet-Nam, la Russie, l'Europe centrale, le Brésil.

Le blog [www.vincos.it](http://www.vincos.it) travaille à actualiser régulièrement ces données.

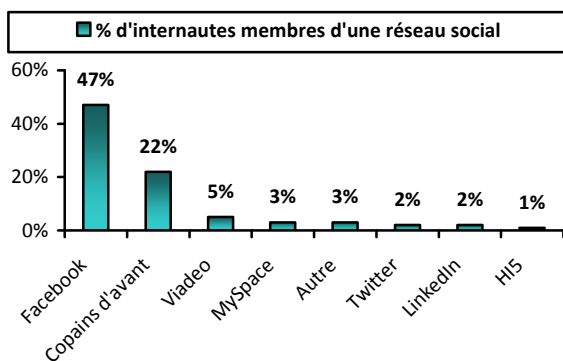
La zone **Asie Pacifique** affiche des particularités fortes par rapport à l'utilisation mondiale de Facebook.

La Nouvelle-Calédonie, avec 70 000 profils Facebook déclarés, pour près de 50 000 abonnés à domicile, peut se rapprocher des modes de fréquentation des réseaux sociaux de la métropole.

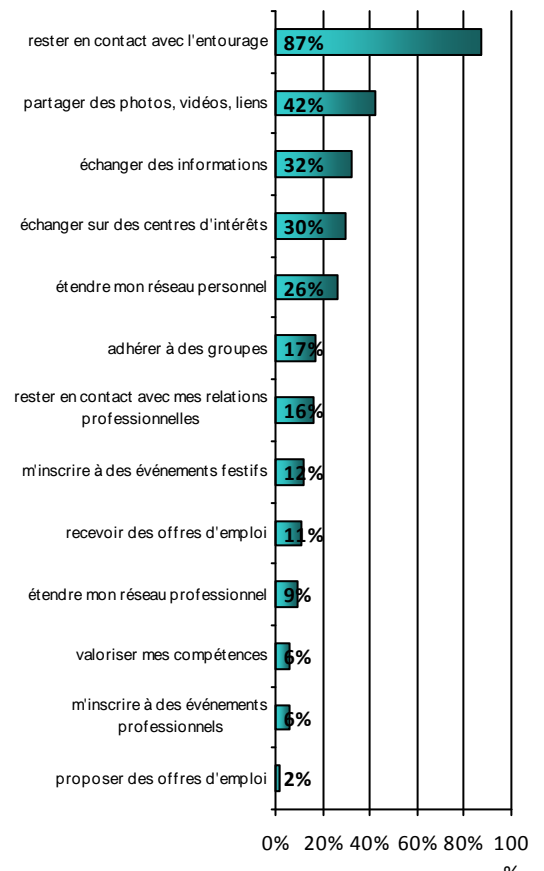
## Les principaux usages communautaires

Selon l'étude Axiom menée en mai 2010 auprès de 2000 internautes français, 49% des internautes utilisent les réseaux sociaux, soit 16 millions de personnes.

Et sur ces utilisateurs, les réseaux les plus fréquentés sont les suivants :



Cette étude dévoile également les attentes des internautes en fréquentant un réseau social (schéma ci-contre).



# Quelles perspectives ?

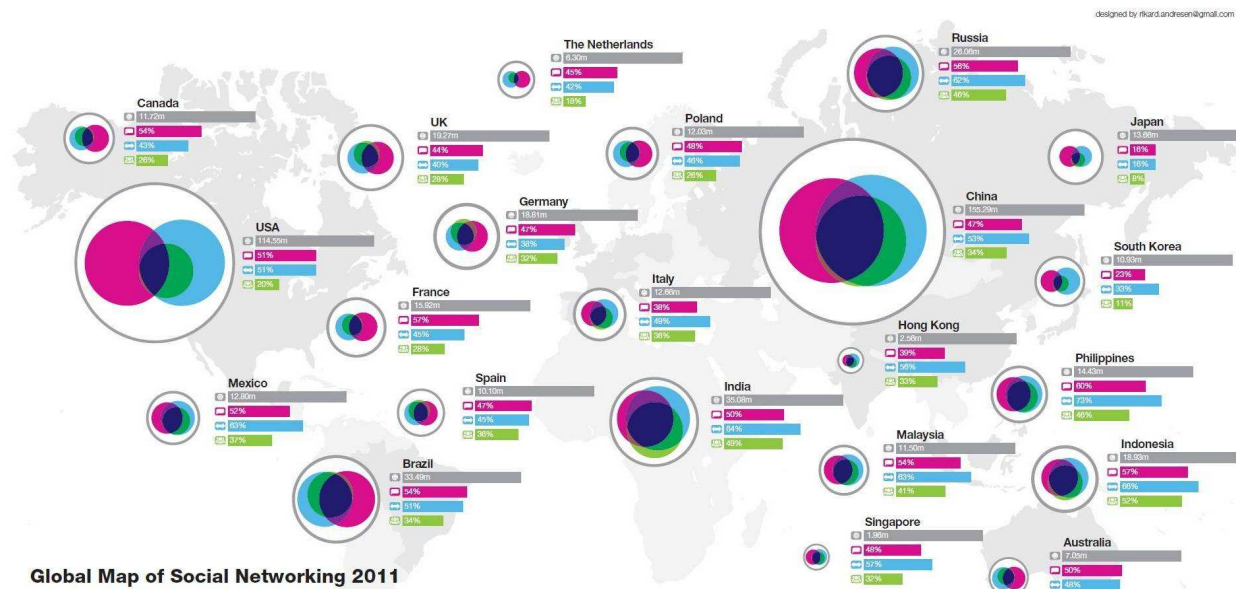
Malgré cet effet de masse, les communications virtuelles se concentrent d'abord sur quelques personnes. Selon Internet Actu, « sur nos 120 amis Facebook, en moyenne, nous n'échangeons réellement qu'avec 4 ou 5 de nos contacts » (source InternetActu, [interview de l'anthropologue Stefana Broadbent](#), juillet 2011).

De plus, même le plus social des réseaux, Facebook, a pu enregistrer des baisses de trafic et de nombre d'utilisateurs, par exemple en Grande-Bretagne en 2008. De plus il peut parfois être encore devancé dans des pays comme la Chine et le Japon.

La prise de conscience des internautes quant au risque à stocker autant de données personnelles très précises sur ces réseaux tend à les freiner dans leurs usages.

L'avenir pourrait-il alors s'orienter vers un retour aux basiques, vers une forme de simplification des échanges ? On peut l'imaginer lorsqu'on voit Facebook qui lance une messagerie instantanée.

## Cartographie des usages des réseaux sociaux dans le monde en 2011 : l'Asie et les Etats-Unis loin, très loin devant... <http://globalwebindex.net>



### Pour aller plus loin :

- > **Publication** : Internet Marketing – EBG - 2009 à 2011, [www.ebg.net](http://www.ebg.net)
- > **Sur le web** : [Fredcavazza.net](http://Fredcavazza.net); [simplyzesty.com](http://simplyzesty.com); [Go-globe.com](http://Go-globe.com); [Journaldunet.fr](http://Journaldunet.fr); [Comscore.com](http://Comscore.com); [vincos.it](http://vincos.it); [lemonde.fr](http://lemonde.fr); [les-reseaux-sociaux.blogspot.com](http://les-reseaux-sociaux.blogspot.com)