



14-09-2011

## 5,2 millions de Belges utilisent les réseaux sociaux : Facebook est le site le plus populaire

Résultats d'une étude globale sur les réseaux sociaux



### Conclusions clés:

- 64 % des Belges utilisent les sites de réseaux sociaux, Facebook étant le plus populaire.
- L'adoption en Belgique est moins élevée que dans d'autres pays européens.
- Twitter est une exception : 80 % le connaissent tandis que seulement 7 % l'utilisent.
- 4 internautes sur 10 qui utilisent les réseaux sociaux suivent les informations concernant les marques et les entreprises.
- La majorité des internautes qui utilisent les réseaux sociaux aimeraient être impliqués dans la gestion des entreprises qui leur plaisent.

### La Belgique compte 5,2 millions d'utilisateurs de réseaux sociaux

64 % des internautes belges utilisent des sites de réseaux sociaux. Il s'agit au total de 5,2 millions de personnes. Facebook est le site le plus populaire avec 59 % (4,8 millions) d'utilisateurs. 12 % des internautes belges utilisent LinkedIn et Netlog. Twitter occupe la 4e place avec 7 % de pénétration parmi les internautes belges. L'utilisation des réseaux sociaux en Belgique est légèrement inférieure à la moyenne européenne (73 %). L'adoption est plus élevée principalement en Europe de l'Est et du Sud. Voilà quelques conclusions frappantes d'une étude réalisée par InSites Consulting auprès de plus de 9.000 consommateurs dans 35 pays.

« Ces chiffres montrent que les sites de réseaux sociaux ont pénétré tous les groupes de la population. 21 % des utilisateurs de Facebook ont plus de 55 ans. Une analyse des utilisateurs dévoile que tout le monde l'utilise : les jeunes, les plus âgés, les salariés, les chômeurs », explique le professeur Steven Van Belleghem, Managing Partner d'InSites Consulting.

### Twitter est l'exception

L'étude d'InSites Consulting démontre que Twitter est l'exception parmi les réseaux sociaux. 80 % des Belges connaissent Twitter, mais seulement 7 % s'en servent. L'intention de commencer à utiliser Twitter dans un avenir proche est élevée : 19 % des non-utilisateurs ont l'intention de se lancer bientôt.

« Twitter est un réseau social exceptionnel. L'âge moyen sur Twitter est moins élevé que sur Facebook et il s'agit surtout de la population active. L'impact direct semble peut-être minime car le nombre de participants est limité. Mais le genre d'utilisateurs de Twitter a un effet indirect non négligeable. Les journalistes suivent de près les messages Twitter et les publient dans les journaux, ce qui implique que le lien avec les médias traditionnels et l'impact sur ces derniers sont plus importants qu'avec Facebook », poursuit Van Belleghem.



## 39 % des utilisateurs belges de réseaux sociaux suivent une marque

4 Belges sur 10 qui ont un profil sur un site de réseau social suivent au moins 1 marque. 4 secteurs sont très populaires à suivre : les médias, la mode, l'alimentation et les chaînes de magasins. L'étude d'InSites Consulting montre que les gens deviennent fans d'un produit après l'avoir utilisé. L'expérience personnelle est nettement plus importante que, par exemple, les campagnes publicitaires. Les gens s'attendent à recevoir des promotions supplémentaires et des informations d'une marque. 46 % des utilisateurs de réseaux sociaux s'attendent à recevoir des promotions supplémentaires des marques via les médias sociaux, 43 % souhaitent que l'on y annonce des événements et 35 % aimeraient lire davantage d'informations sur les produits.

## Les consommateurs veulent faire partie de la gestion de l'entreprise

Certains consommateurs aimeraient être impliqués dans la gestion de leurs marques préférées. 30 % des utilisateurs belges de réseaux sociaux trouvent que les entreprises devraient partager leurs idées avec les consommateurs. 23 % aimeraient participer à la co-crédation de produits et de services d'une marque qu'ils apprécient.

« Les consommateurs ressentent un lien très fort avec certaines marques. Impliquer ces gens dans la gestion de votre entreprise via les médias sociaux est une nouvelle façon de rapprocher l'entreprise du marché. Les médias sociaux aident à mieux expliquer aux consommateurs comment fonctionne le marketing et aident les consommateurs à jouer un rôle déterminant dans la gestion de l'entreprise », conclut Van Belleghem.

A propos de l'étude :

- Plus de 9000 répondants
- 35 pays (Europe, Amérique du Sud & du Nord, Asie et Océanie)
- Echantillon représentatif de la population internautes des pays participants
- Etude réalisée par InSites Consulting
- Réport complet disponible : <http://www.slideshare.net/stevenvanbellegghem/social-media-around-the-world-2011>



### Prof. Steven Van Belleghem

Managing Partner InSites Consulting

Auteur du Conversation Manager

[Steven.VanBelleghem@insites.eu](mailto:Steven.VanBelleghem@insites.eu)

M +32 497 473 444



Steven\_InSites

### À propos d'InSites Consulting

InSites Consulting est un bureau mondial de recherche et de consultance en marketing en ligne. Au cours des 2 dernières années nous avons gagné 12 prix de différentes organisations internationales comme AMA, ARF, ESOMAR, Media Marketing, MRS, MOA, SPSS, AMMA et Econsultancy. InSites emploie 120 collaborateurs et a des sièges à Gand, Rotterdam, Londres et Timisoara. Début 2012, on ajoutera un siège à New York à la liste. Plus d'informations sont disponibles sur [www.insites.eu](http://www.insites.eu) et <http://blog.insites.be>.

### À propos du Conversation Manager

Le livre "De Conversation Manager" (le Manager des Conversations) de Steven Van Belleghem a été publié en février 2010. Steven y explique comment les entreprises pourraient gérer leurs conversations en ligne et hors ligne. Il s'agit d'une description du rôle changeant des marques en matière de la publicité de bouche-à-oreille qui aborde la publicité, le branding, (les) médias sociaux et l'intégration de tous ces éléments de marketing.



Plus de 20.000 copies du livre ont été vendues, et en 2010, le livre a reçu le PIM Marketing Literatuurprijs (PIM Prix de la littérature Marketing). Plus d'informations sont disponibles sur [www.theconversationmanager.com](http://www.theconversationmanager.com).

