Les internautes européens fréquentent plus Facebook que Google

Description

Les internautes européens surfent en moyenne 24 heures par mois, les Britanniques et les Néerlandais plus de 30 heures. Que font la plupart des 362 millions d'internautes européens de ce temps passé sur Internet ? Ils vont plutôt sur Facebook, selon l'Institut de mesure d'audience sur Internet comScore.

Les réseaux sociaux sont utilisés par 84 % des Européens en 2010, soit +10,8 % par rapport à 2009. En 2010, la fréquentation des réseaux sociaux est l'activité la plus répandue sur Internet, après la navigation et la recherche en ligne qui mobilisent 91 % des Européens, soit + 8,6 % par rapport à 2009. Google domine toujours le marché de la recherche sur Internet en Europe. Près de 92 % des internautes ont fait une recherche avec Google, au moins une fois par mois.

Au printemps 2010, la fréquentation des réseaux sociaux a dépassé celle des portails internet. Les internautes leur consacrent plus de 20 % de leur temps en ligne, contre près de 15 % pour les portails internet en décembre 2010. Quant à l'usage de la messagerie instantanée, limitée à 10 % de leur temps, il a été presque totalement abandonné au profit des réseaux sociaux. Au palmarès des dix sites les plus fréquentés, Facebook.com arrive en tête, totalisant 11,7 % du temps passé par les internautes européens sur Internet, suivi des sites de Google (10,4 %) et des sites de Microsoft (10,0 %).

Entre décembre 2009 et décembre 2010, les internautes européens âgés de 15 à 34 ans ont passé plus de temps sur les réseaux sociaux (+32 %), et moins de temps à utiliser les autres outils internet comme la messagerie électronique (-11%), la messagerie instantanée (-38 %), les portails internet (-28 %). La tendance est la même parmi les internautes européens âgés de plus de 35 ans, avec une fréquentation en hausse de 38 % pour les réseaux sociaux, à l'exception de la messagerie électronique dont l'usage progresse de 6 %.

La moitié des Européens adeptes des réseaux sociaux ont entre 15 et 34 ans, mais près de 30 % ont plus de 45 ans. Ce profil démographique est le même pour Facebook et pour Twitter.

Le réseau social Facebook domine le marché européen, tout au moins dans 15 des 18 pays étudiés par comScore. Près des deux tiers des internautes européens l'utilisent (63,6 %), à l'exception des Polonais, des Néerlandais et des Russes, qui privilégient un réseau social local (respectivement Nasza-Klasa, Hyves et Vkontakte).

Les internautes européens sont également devenus très amateurs des sites web offrant des coupons de réduction pour des achats groupés. Ils étaient près de 35 millions en décembre 2010, contre moins de

14 millions en décembre 2009, soit une hausse de 162 %. Le site américain Groupon domine le marché européen, avec plus de 12 millions de visiteurs. Les Français sont les plus nombreux (20,6 %) à pratiquer cette nouvelle façon d'acheter en groupe, contre 9,6 % en moyenne des internautes européens.

Par voie de conséquence, les réseaux sociaux attirent également de plus en plus les annonceurs. Le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne sont les trois marchés où les réseaux sociaux ont capté davantage de bannières publicitaires que les autres sites internet, respectivement 41,3 %, 26,5 % et 28,9 % en décembre 2010.

Lors de la conférence sur les hautes technologies D9 organisée par All Things Digital en Californie, en juin 2011, le président exécutif et ex-PDG de Google, Eric Schmidt, a reconnu avoir fait une erreur de stratégie en négligeant le tournant pris par les réseaux sociaux. Après avoir acquis 1,6 % du capital de Facebook dès 2007, Microsoft, de son côté, avait conclu depuis plusieurs partenariats avec le réseau social.

Sources :

- « comScore Europe-Digital Year in Review 2010 », Toby Crisp, Manager comScore Marketing Solutions, comScore, 48 p., comScore.com, March 2, 2011.
- « L'ex-PDG de Google plaide coupable d'avoir raté le tournant des réseaux sociaux », AFP, tv5.org, 1^{er} juin 2011.

Categorie

1. Usages

date créée

20 mars 2011

Auteur

françoise