



Réseaux sociaux en Suisse : fragmentation en vue - **p. 1-3**

Polentagraben et stratégie media - **p. 4-5**

Affichage numérique dans les centres-villes - **p. 6-7**

Campagne mobile et ethnomarketing - **p. 8**

Réseaux sociaux en Suisse – Facebook à maturité, le paysage se diversifie

Après six ans d'une croissance ininterrompue, le plus grand réseau social occidental semble entrer dans une phase de maturité. Les offres de socialisation en ligne concurrentes se multiplient et Facebook n'est plus l'unique réponse aux multiples attentes des Digital Natives. Sa taille et sa rentabilité acquises lui laissent malgré tout une bonne longueur d'avance sur ses concurrents.

Accessible en Suisse depuis l'automne 2007, Facebook a connu une croissance fulgurante dans notre pays. Après avoir atteint le million de profils en un peu moins d'une année, il lui aura fallu à peine plus de cinq ans pour dépasser les trois millions de membres helvétiques, atteignant ainsi un taux de pénétration d'environ 50% sur l'ensemble de la population âgée de plus de 13 ans – l'âge limite pour s'inscrire sur le réseau.

Après des années de croissance, les premiers signes de fléchissement sont apparus au printemps 2013. C'est en février de cette année que le nombre de profils suisses a diminué pour la première fois. La baisse s'est poursuivie tout au long de l'année 2013 pour ramener le nombre de profils suisses de plus de 3 à environ 2.8 millions de profils en juin.

Cet été, une analyse détaillée de notre partenaire Virtua SA expliquait que cette baisse était principalement due au retrait des utilisateurs de 13-24 ans. Cet exil des plus jeunes est d'ailleurs un phénomène global, largement relayé aux Etats-Unis où il a même été surnommé « *Facebook Fatigue* ». Raison la plus souvent avancée : les ados et jeunes adultes fuiraient un réseau désormais autant utilisé par leurs parents que par d'autres jeunes de leur âge. Il est indéniable que les plus de 50 ans sont désormais la tranche d'âge dont la croissance est la plus forte sur le réseau social. Mais affirmer que les adolescents quittent simplement Facebook serait trop simple.

Affirmer que les adolescents quittent Facebook est trop simple

Depuis cet automne, les statistiques suisses de Facebook ont d'ailleurs repris des couleurs – les segments les plus jeunes sont à nouveau en légère croissance. Fausse alerte, donc ? Oui et non. Il est un fait que la pénétration du principal réseau social a aujourd'hui atteint un plateau dans notre pays. Facebook n'est plus l'unique réponse aux attentes et aux besoins des plus jeunes « *digital natives* », qui sont généralement actifs sur plusieurs réseaux. Mais il faut relativiser l'importance de cette segmentation naissante du marché de la socialisation en ligne : la pénétration de Facebook en Suisse et dans les pays occidentaux reste sans comparaison et la concurrence relativement modeste en terme de pénétration.

La concurrence joue donc aujourd'hui davantage le rôle du réservoir d'idées pour le leader, qui n'hésite pas, quand l'intérêt ou le danger est grand, à opérer des rachats – Instagram étant le dernier exemple en date.

Quels sont aujourd'hui les principaux axes de développement de la socialisation en ligne ? Quelles sont ces idées dont Facebook s'inspire actuellement pour le développement de son offre ? Nous proposons ici un rapide décryptage à travers trois tendances.

1. Privacy vs. Transparence

Face à la popularité croissante de Facebook, certains jeunes utilisateurs peuvent se détourner du grand réseau social pour retrouver un certain « entre soi », un espace moins visible pour échanger en toute liberté avec les leurs. Cela peut passer par un recours à un réseau social d'où leurs parents sont absents, comme Instagram, à la création d'un profil sous pseudonyme. Publier et interagir anonymement ou par pseudonyme interposé peut permettre ici d'échapper à l'emprise publique (et notamment parentale) sur le contenu des échanges et au final de préserver sa sphère privée. Le but n'est évidemment pas ici de se cacher de manière absolue, bien plutôt de cultiver sa popularité auprès d'un public choisi et contrôlable.

Cela dit et paradoxalement, aucun réseau n'offre aujourd'hui autant d'options de contrôle sur la « privacy » que Facebook, et les publications sur les réseaux aujourd'hui favorisés par les plus jeunes utilisateurs comme Instagram ou Twitter sont beaucoup plus faciles à consulter pour des inconnus qu'elles ne le sont sur Facebook. Ceux qui quittent aujourd'hui Facebook pour se « cacher » pourraient donc bien être déçus demain.



