

#3 – Quels sont les réseaux sociaux favoris des journalistes ?

Facebook : toujours le chouchou, de nouveaux types de réseaux percent

Largelement devant, Facebook est le réseau préféré des journalistes avec en moyenne 85% des personnes interrogées utilisant ce réseau social pour exercer leur métier. (Voir Tableau 4).

Tableau 4 - Réseaux sociaux utilisés

Réseaux Sociaux	Facebook	Twitter	LinkedIn	Youtube	Instagram /Pinterest	Whats App/Messenger	Facebook Live / Periscope
France	72%	69%	52%	50%	26%	14%	10%
Canada	92%	64%	50%	44%	37%	26%	16%
Finlande	90%	59%	51%	39%	38%	26%	16%
UK	83%	64%	55%	45%	44%	31%	19%
Allemagne	82%	47%	52%	48%	35%	45%	14%
US	90%	67%	45%	41%	44%	14%	27%
Moyenne	85%	62%	51%	45%	37%	26%	17%

Le trio de tête, tous pays confondus est :

1. Facebook
2. Twitter
3. LinkedIn

La vidéo est de plus en plus considérée par les journalistes, YouTube arrivant 4^{ème} du classement avec 45%. Notons d'ailleurs qu'en Allemagne, ce réseau social arrive même en 2^{nde} position, avant Twitter et LinkedIn. L'étude révèle une belle percée des réseaux sociaux *visuels* incluant Instagram et Pinterest avec 37% des journalistes s'y connectant. L'utilisation de ces nouveaux réseaux ne cesse de croître et nul doute que cet engouement perdurera dans les années à venir.

Les réseaux sociaux de messagerie instantanée comme WhatsApp ou Messenger et ceux de Vidéos Live comme Facebook Live ou Periscope restent encore minoritairement utilisés avec respectivement 26% et 17% des journalistes s'y connectant. (Voir tableau 4)

Schéma 3 : les réseaux sociaux préférés des journalistes



Décryptage par réseau social

Facebook : le grand gagnant

Réseau social le plus ancien, Facebook fait l'unanimité auprès des journalistes dans les pays interrogés. Les plus gros consommateurs sont les Canadiens (92%). Les journalistes Français sont les moins addicts à Facebook avec un pourcentage qui reste néanmoins élevé : 72%.

Twitter bien adopté par les journalistes français

Il est intéressant de noter que les journalistes français ont bien adopté Twitter : ce sont ceux qui s'en servent le plus et c'est en France que l'écart d'utilisation est le moindre entre ce dernier et Facebook (72% vs 69%). En comparaison, cet écart est très prononcé en Allemagne (35 points d'écart) et en Finlande (31 points d'écart).

LinkedIn : une moyenne aux alentours de 50 % pour tous les pays

C'est en UK que les journalistes se servent le plus de LinkedIn (55%). Les USA se placent en dernière position avec une adoption à 45%. De manière générale, ce réseau social professionnel est adopté par la moitié des journalistes dans chacun des pays concernés.

YouTube : bien positionné notamment en France

Les Français se classent en tête avec 50% d'utilisateurs et les Finlandais à la fin avec 39%. La vidéo est désormais un support bien réel pour les journalistes puisque qu'il est utilisé à plus de 40% dans les autres pays interrogés.

Instagram et Pinterest : les journalistes français moins impliqués

Ces réseaux *visuels* séduisent 44% des journalistes en UK et aux US. Si dans l'ensemble des pays analysés, les journalistes sont entre 35 et 38 % à utiliser Instagram et Pinterest, la France est moins séduite avec seulement 26% d'utilisateurs.

WhatsApp et Messenger s'imposent en Allemagne

Environ un quart des journalistes interrogés utilisent ces outils dans leur métier. Les journalistes Allemands font monter cette moyenne et sont les plus grands consommateurs de ces messageries avec 45%, contrairement aux Français et Américains qui ne sont que 14% à les utiliser.

Les Vidéos Live comme Facebook Live ou Périoscope encore minoritairement utilisées

A part aux USA où les réseaux de vidéo live sont utilisées par 27% des journalistes, dans le reste du monde moins de 20% des journalistes profitent de ce type de réseaux. C'est en France qu'ils sont les moins populaires avec seulement 10% des journalistes interrogés déclarant s'en servir.