

UTILISATION DES MÉDIAS SOCIAUX AU QUÉBEC

Source: Frederic Gonzalo

Date: 06/03/2019

Il existe une multitude de rapports, études et analyses sur l'utilisation du web et des médias sociaux à l'échelle mondiale, en particulier du côté anglophone – pour ne pas dire américain – mais il est rare de trouver des données fiables et pertinentes pour le marché québécois. Depuis que j'ai lancé mon entreprise en consultation et formation sur le marketing numérique à la fin 2011, j'ai toujours apprécié pouvoir compter sur les fascicules NETendances produits par le CEFRIO, qui viennent justement répondre à ce besoin.

Publié le 28 février dernier, le tout nouveau fascicule Quel usage les Québécois font-ils des médias sociaux en 2018? brosse ainsi un portrait intéressant sur l'évolution de l'utilisation entre 2015 et 2018. Voici quelques faits saillants.

Facebook et Youtube dominant encore

Sans surprise, ce sont Facebook et Youtube qui continuent de dominer, et de loin, quand il est question de l'utilisation des médias sociaux au Québec. Depuis 2011 que je vois passer cette étude, mise à jour régulièrement, et ces deux plateformes ont toujours remporté la palme de popularité, comme on peut le voir dans le tableau ci-dessous.

On s'étonne par contre de voir Youtube reprendre autant du poil de la bête car le taux d'adoption semblait avoir stagné par le passé. Comme quoi la vidéo est populaire et cette plateforme, propriété de Google, continue d'être une valeur sûre.

Même constat pour Facebook, qui est pourtant en perte de vitesse aux États-Unis selon différentes études. Au Québec, on semble bien aimer Facebook, plus encore que les Canadiens si l'on se fie à un récent sondage de l'Observateur des technologies médias. Avec un taux d'adoption de 70% de la population québécoise, on remarque que Facebook demeure numéro 1 chez les plus jeunes (18-34 ans), même si ceux-ci ont clairement migré vers d'autres plateformes de messagerie telles que Snapchat, Instagram ou Twitch.

Twitter en baisse, Instagram en hausse

Le portrait est moins beau pour deux plateformes qui ont eu des jours meilleurs, soit Pinterest et Twitter. La plateforme de scrapbooking 2.0 Pinterest ne semble pas décoller au Québec, et représente même le seul réseau social en baisse dans ce plus récent coup de sonde. Ce qui ne veut pas dire que la plateforme est sans pertinence, au contraire. Avec 17% des Québécois, ou 1 sur 6, il s'agit quand même d'une belle

performance.

Même chose du côté de Twitter, dont j'annonçais même la mort sur ce blogue – hey, c'était en 2016, AVANT l'élection de l'Agent Orange au Sud de la frontière! Comment aurais-je pu savoir que Twitter deviendrait le canal officiel des communications de la Maison Blanche, hein? Blague à part, Twitter peine à atteindre plus d'un Québécois sur 10 depuis plusieurs années déjà, et demeure pertinente que dans quelques cercles et niches bien précises: célébrités, politique, journalistes, etc.

Par contre, Instagram confirme sa montée en puissance et on constate que dorénavant un Québécois sur quatre s'y trouve (24%). Raison de plus pour les entreprises d'y investir pour une présence dynamique, surtout dans un contexte où la portée organique est en déclin inexorable sur Facebook et que les taux d'engagement sur Instagram sont les meilleurs parmi tous les médias sociaux.

L'avènement de la messagerie instantanée

Un dernier truc qui me semble intéressant est en lien avec la popularité croissante des applications de messagerie pour communiquer avec parents et amis, mais aussi avec des entreprises ou institutions. Comme on peut le voir dans ce tableau, les Whatsapp, Instagram, Messenger et autres Snapchat deviennent des outils importants et utilisés par une majorité d'adultes québécois. En fait, c'est maintenant la raison la plus importante pour laquelle on utilise les médias sociaux: pour s'envoyer des messages.

Le CEFRIO conclue d'ailleurs que « ce sont les femmes (60 %) et les adultes âgés de 18 à 34 ans (72 %) qui ont été les plus nombreux à utiliser fréquemment la messagerie instantanée afin de communiquer avec leur famille et leurs amis sur les réseaux sociaux ».