

# L'info colonisée par les réseaux sociaux

## ÉTUDE 43 % des Belges déclarent s'informer via Facebook, Twitter et autres

► Une étude du Reuters Institute for the study of journalism révèle que les réseaux sociaux sont devenus les principales portes d'entrée vers le monde de l'information.

► Une tendance qui cependant s'essoufflerait.

Les réseaux sociaux ont bouleversé ces dernières années la manière dont on s'informe sur internet. Pour une partie importante de la population, Facebook, Twitter et les autres sont devenus les principales portes d'entrée vers le monde de l'information. Selon une nouvelle étude du Reuters Institute for the study of journalism qui a interrogé 70.000 personnes dans 36 pays différents, cette croissance des réseaux sociaux tendrait néanmoins à s'essouffler. À l'exception notable des États-Unis (où plus de 51 % des gens s'informent de cette manière) et du Royaume-Uni, le déclin est en cours dans bon nombre de pays (France, Allemagne...). La Belgique n'échappe pas au phéno-

mène. 43 % des Belges déclaraient s'informer via ce canal en 2016 contre 46 % un an plus tôt.

Comment expliquer ce résultat étrange ? Pour le Reuters Institute, il pourrait s'agir d'un signe de saturation du marché ou la conséquence d'une modification de l'algorithme sur Facebook qui donne la priorité aux posts de famille et des amis sur les contenus des sites d'infos. Une autre explication est avancée : les gens passeraient moins de temps sur les réseaux sociaux car ils sont davantage actifs... sur les applications de messagerie. Aujourd'hui, un quart (23 %) des répondants trouve, partage ou discute des articles d'actualité via WhatsApp, Facebook Messenger ou Viber, dans des espaces clos et privés. Ce phénomène est particulièrement marqué en Asie et en Amérique latine. En Belgique, le phénomène est encore restreint : 7 % des répondants déclarent s'informer via Facebook Messenger et 5 % via WhatsApp.

Cette évolution constitue un défi pour les éditeurs car il s'agit d'espaces clos et privés. Les contenus sont distribués par les membres du groupe. Peu

d'applications offrent la possibilité aux titres de presse d'avoir leur propre page, de pousser ces contenus... Précision utile : cette consommation média ne remplace pas celle qui se fait via les réseaux sociaux classiques mais la complète plutôt, note le Reuters Institute. 78 % de ceux qui utilisent ces applications de messagerie utilisent au moins un réseau social.

Dans un monde où les gens s'informent de plus en plus via les articles partagés par d'autres, l'accès direct aux contenus des éditeurs via leur site web ou leur appli ne représente plus que 32 % des usages. Les moteurs de recherche, les réseaux sociaux, les agrégateurs (Apple News, Google News, Snapchat Discover), les applis de messagerie, les e-mails... s'octroient le reste. C'est un problème pour les éditeurs car les gens finissent par ignorer auprès de quelle source ils s'informent, ne retenant que le nom de la plate-forme.

Le Reuters Institute a questionné 3.000 personnes sur la manière dont ils avaient eu accès à un article. Deux tiers d'entre eux se souvenaient de la plate-forme mais moins de la moitié étaient capables de don-

ner le nom de la marque de presse. Bonne nouvelle pour le secteur de la presse, l'étude du Reuters Institute constate un regain d'intérêt des consommateurs pour les applis mobiles. Ce « come-back » étonnant serait à mettre sur le compte du succès des notifications envoyées par les applis qui drainent du trafic vers celles-ci.

### 32 % l'utilisent aux toilettes

En 2016, le smartphone a continué à s'imposer comme l'appareil privilégié pour accéder aux informations. En Belgique, 44 % de la population affirme l'utiliser pour s'informer chaque semaine, c'est 5 points de plus que l'année précédente. C'est surtout le nombre de personnes qui déclarent utiliser cet outil comme principal moyen de s'informer en ligne qui augmente. Dans plusieurs pays (Suisse, Suède, Singapour...), le smartphone a même détrôné le PC. La force de ce dernier, c'est qu'il ne quitte jamais son propriétaire, y compris dans les endroits les plus intimes. L'étude démontre que près de la moitié (46 %) des utilisateurs de smartphones s'informent dans le lit et que 32 % le font dans la salle de bain ou aux toilettes. ■

JEAN-FRANÇOIS MUNSTER