Réseaux sociaux : un Allemand sur 2 en est membre

Isabelle Bourgeois

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rea/4500>

DOI : 10.4000/rea.4500

ISBN : 978-2-8218-1424-0

ISSN : 1965-0787

Éditeur

CIRAC

Édition imprimée

Date de publication : 20 décembre 2012

Pagination : 38

ISSN : 1156-8992

Référence électronique

Isabelle Bourgeois, « Réseaux sociaux : un Allemand sur 2 en est membre », *Regards sur l'économie allemande* [En ligne], 107 | décembre 2012, mis en ligne le 14 janvier 2013, consulté le 15 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/rea/4500>

Ce document a été généré automatiquement le 15 septembre 2020.

© CIRAC

Réseaux sociaux : un Allemand sur 2 en est membre

Isabelle Bourgeois

- 1 En Allemagne aussi, les réseaux sociaux ont le vent en poupe. Depuis 2008, le nombre d'utilisateurs a triplé pour atteindre aujourd'hui 47 % chez les 14-64 ans. Le réseau préféré des Allemands est *Facebook* (88 % du total). Si ce sont principalement les jeunes qui pratiquent les réseaux sociaux (80 % des 14-29 ans), les plus âgés ne sont pas en reste, avec 56 % des 30-39 ans et même 21 % des 50-64 ans. Ce mode de communication est largement entré dans les mœurs ; de moins en moins d'Allemands peuvent encore « imaginer vivre sans les réseaux sociaux » : les plus jeunes (51 % des 14-19 ans) moins cependant que les plus âgés (21 % des 60-69 ans).
- 2 Ces taux de réponses restent inférieurs, bien sûr, à ceux qui concernent l'usage du téléphone portable : 73 % de la première catégorie ne peuvent s'imaginer vivre sans, et même 49 % à l'autre extrême. L'usage de l'Internet mobile est également de plus en plus répandu (+ 80 % en un an) : un tiers des Allemands de tous âges (31 %) surfe ainsi sur le Net, dont la majorité (29 %) *via* un smartphone. Ces taux ont doublé en l'espace d'un an. Et 7 % des Allemands consultent désormais Internet *via* leur *Tablet PC* ; ils n'étaient encore que 2 % l'an passé.
- 3 L'usage d'Internet est aujourd'hui standard : les Allemands surfent le plus souvent pour effectuer des achats en ligne (74 %) ou pour s'informer sur les prix et produits (71 %). La quête d'information gagne du terrain elle aussi : 6,6 % d'entre eux téléchargent les *apps* de la presse écrite ou audiovisuelle. C'est ce qu'il ressort de la dernière vague de l'enquête ACTA réalisée par l'Institut für Demoskopie d'Allensbach auprès de près de 9 000 Allemands de 14 à 69 ans (www.ifd-allensbach.de/acta).

INDEX

Mots-clés : média, réseau social, nouvelles technologies, Internet, nouveau média, groupe social, statistique