

Les utilisateurs·trices des médias sociaux dépassent le cap des 5 milliards DANS LE MONDE

Digital Report 2024 et We Are Social France

melanie.demayo@wearesocial.net :



Le *Digital Report 2024*, notre dernier rapport mondial sur le numérique, couvre plus de 550 slides sur les principales datas et tendances sur l'ensemble de l'écosystème numérique, des médias sociaux aux intelligences artificielles, du gaming, du mobile, à l'e-commerce.

L'analyse complète de [Simon Kemp](#) de Kepios est disponible ici (en anglais).

Pour un résumé des principaux points, c'est par ici 🗨️

L'année 2024 qui vient à peine de débiter s'annonce déjà exceptionnelle pour le paysage numérique actuel.

Publié en partenariat avec [Meltwater](#), notre nouveau *Digital Report 2024 – Global Overview* révèle une multitude d'enseignements et de tendances à découvrir :

- Un nouveau cap franchi dans l'utilisation des médias sociaux
- Une augmentation significative du temps passé en ligne
- Du changement concernant la plateforme préférée de la population mondiale
- Une baisse d'audience de la télévision "classique"
- Un aperçu des dépenses publicitaires numériques mondiales
- Des chiffres stupéfiants pour les hashtags TikTok

...et bien d'autres insights et datas à découvrir.

Vous trouverez le rapport complet dans le lien ci-dessous (cliquez [ici](#) si cela ne fonctionne pas pour vous).

Cette vidéo résume en 10 minutes les dix principaux enseignements du rapport de cette année :



TOP 10 TRENDS

DIGITAL 2024 GLOBAL OVERVIEW REPORT

Regarder sur YouTube



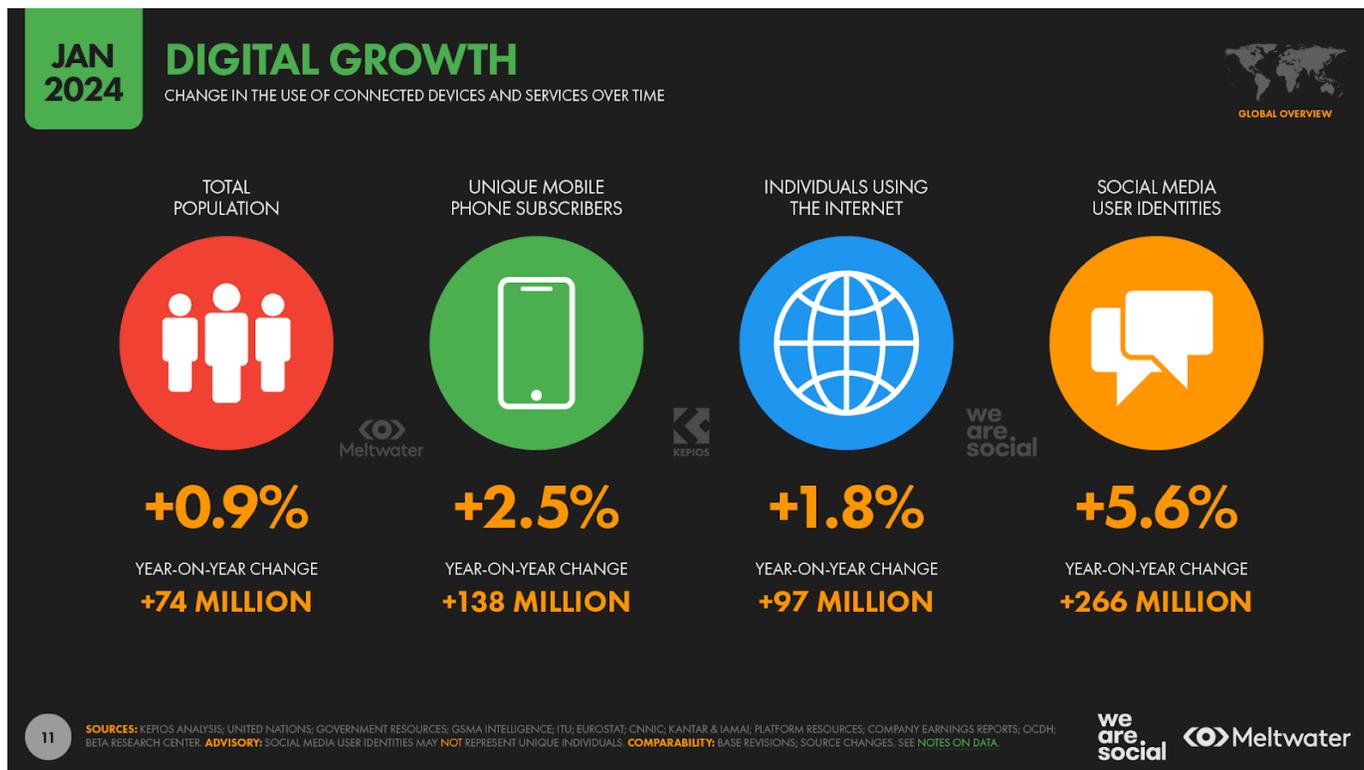
Capture d'écran, pour visionner la vidéo, cliquer le lien YouTube suivant:

<https://www.youtube.com/watch?v=0MTg0LIwikU>

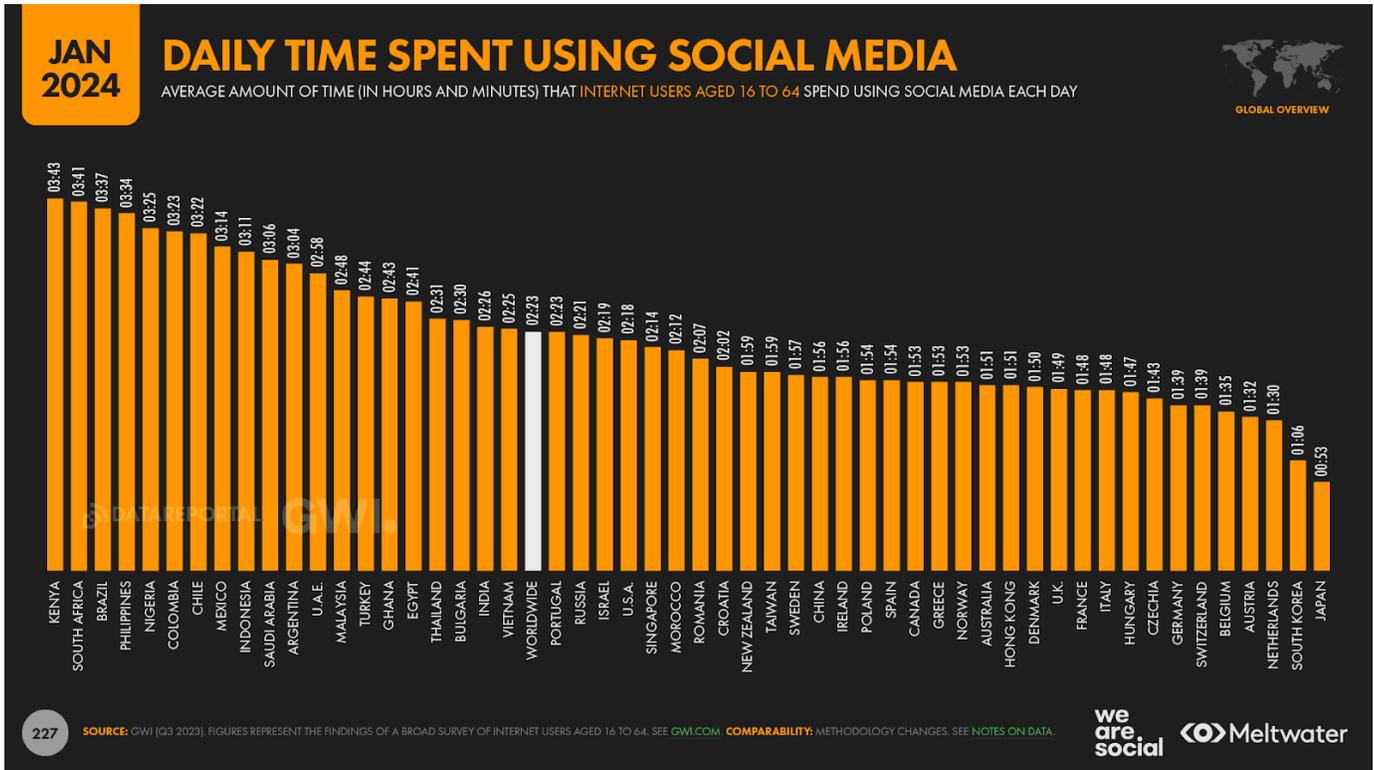
Au cours d'une année exceptionnelle qui a encore vu le monde numérique se métamorphoser, un nouveau cap a été atteint : nous sommes aujourd'hui plus de **5 milliards** (5,04 milliards) d'utilisateurs·trices actifs·ves sur les médias sociaux, soit **62,3 % de la population mondiale**.

Ce nombre a augmenté de 266 millions au cours de l'année écoulée, ce qui représente une croissance annuelle de 5,6 %.

Focus ici sur les datas marquantes du social media.



Le user type des médias sociaux passe aujourd'hui **2 heures et 23 minutes** par jour sur la plateforme sociale de son choix et utilise près de 7 plateformes différentes par mois. (1h48 pour la France)

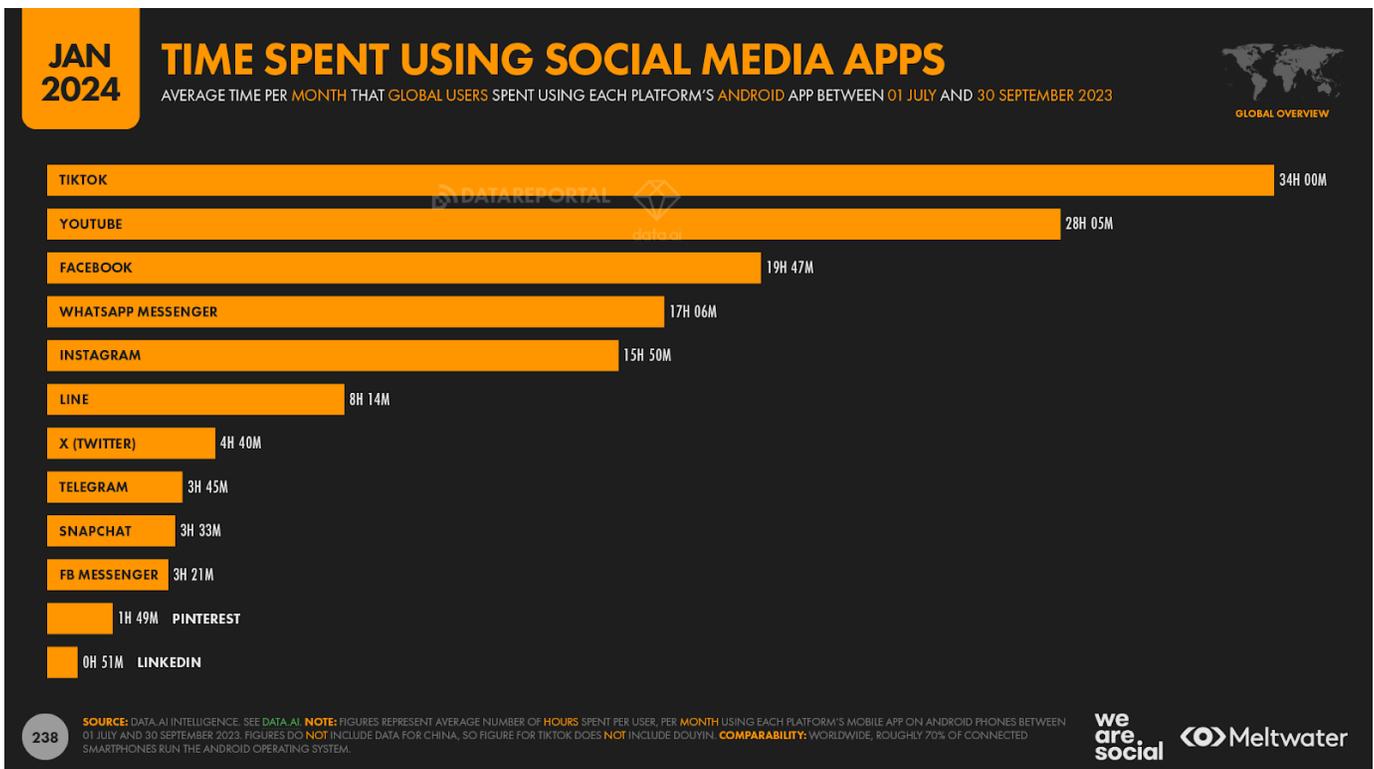


La plateforme sur laquelle les utilisateurs-trices Android passe le plus de temps est TikTok, avec un temps moyen impressionnant de **34 heures par mois**, ce qui équivaut à **plus d'une heure par jour d'utilisation de la plateforme**.

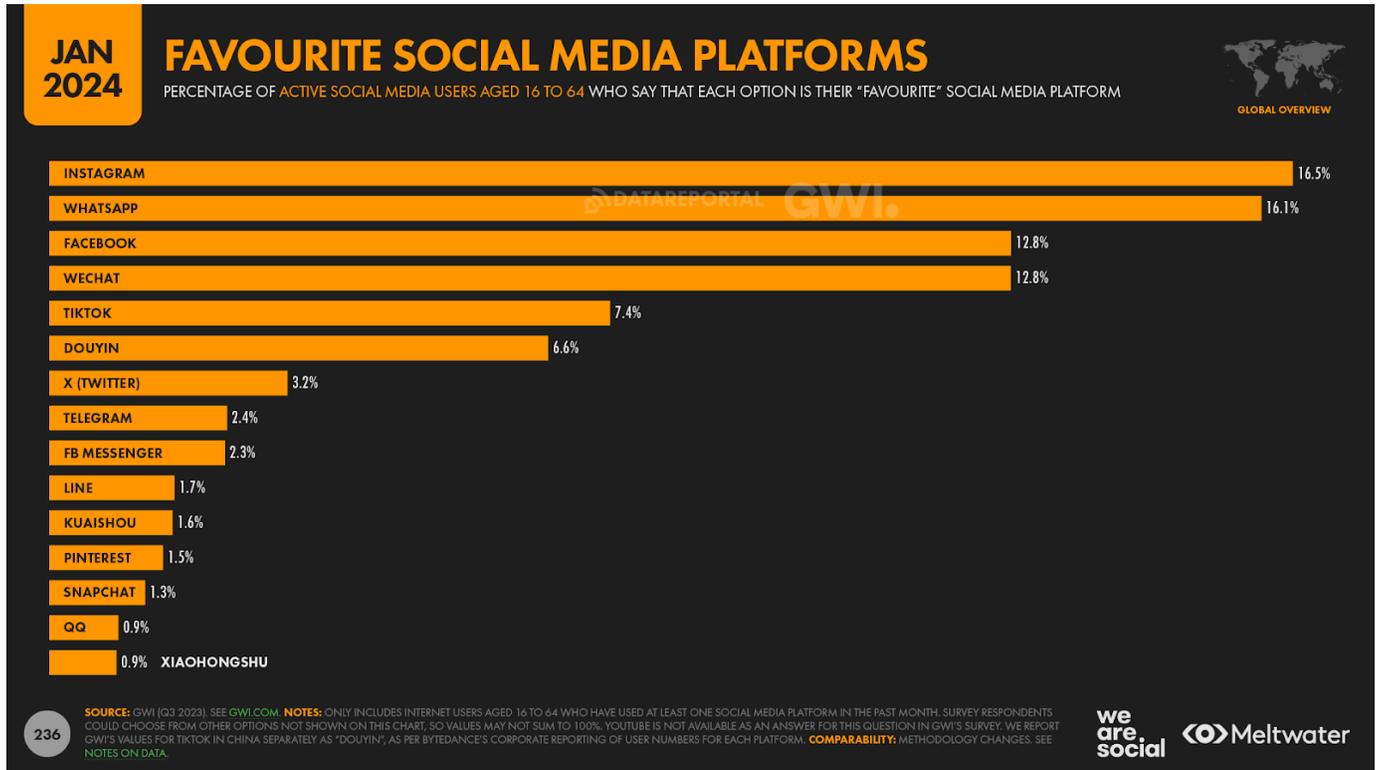
YouTube arrive en deuxième position avec un temps moyen par utilisateur-trice de plus de 28 heures, sur Android toujours (*rappelons tout de même qu'une part importante de l'activité de YouTube se déroule sur les navigateurs web*).

Le temps moyen passé sur TikTok a augmenté de 3 heures et 46 minutes par utilisateur et par mois (+12 %), tandis que le temps moyen passé sur Instagram a augmenté de plus de 4 heures par utilisateur et par mois (+34 %) versus l'année dernière.

Les deux applications affichent les mêmes taux d'utilisation quotidienne, avec un peu plus de 6 utilisateurs sur 10 qui ouvrent l'application tous les jours.

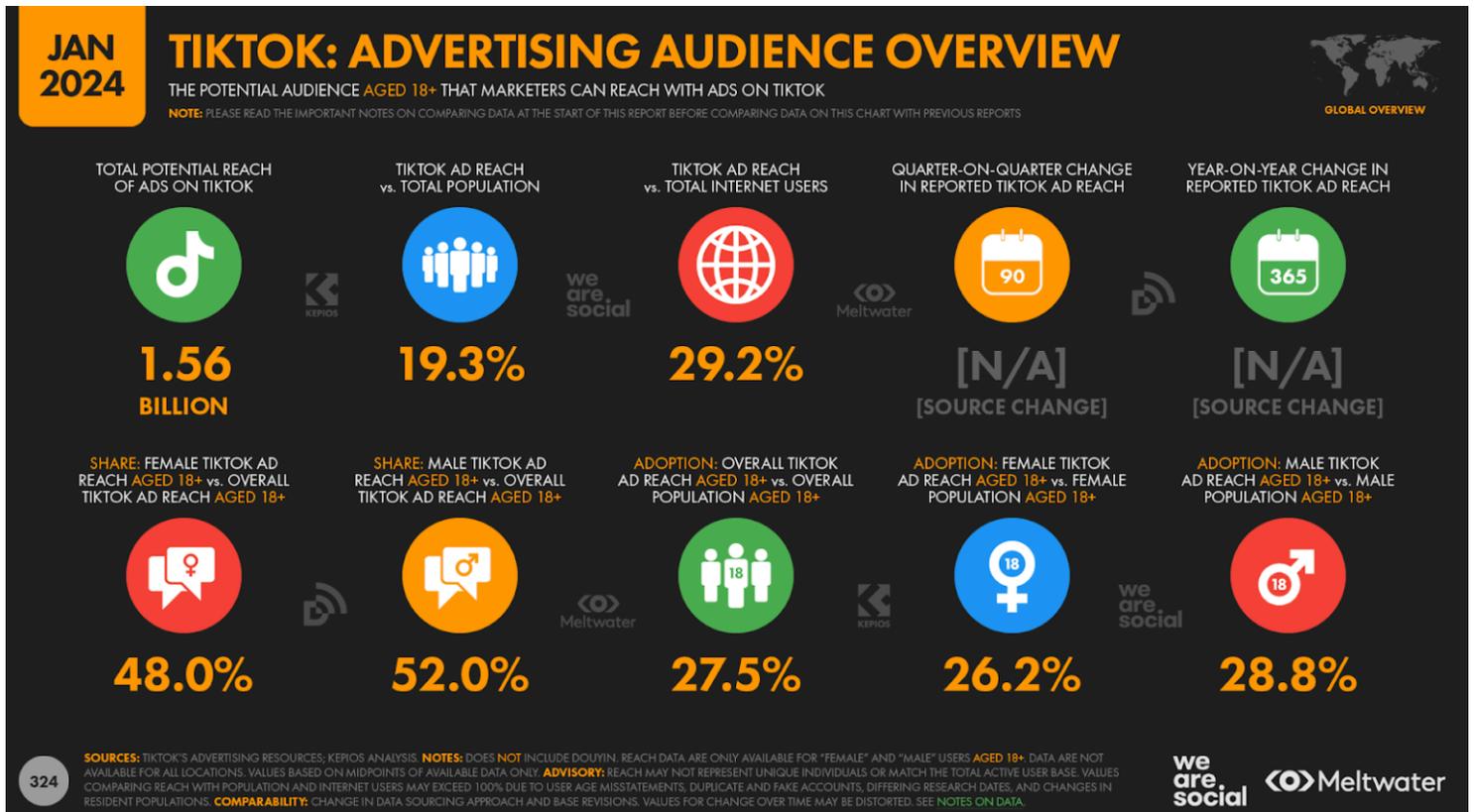


Instagram remporte la palme de la plateforme préférée de la population dans le monde ! Le Digital Report 2024 montre que 16,5 % des internautes âgés de 16 à 64 ans considèrent Instagram comme leur plateforme préférée, poussant WhatsApp, le favori de l'année dernière, à la deuxième place avec 16,1 %.

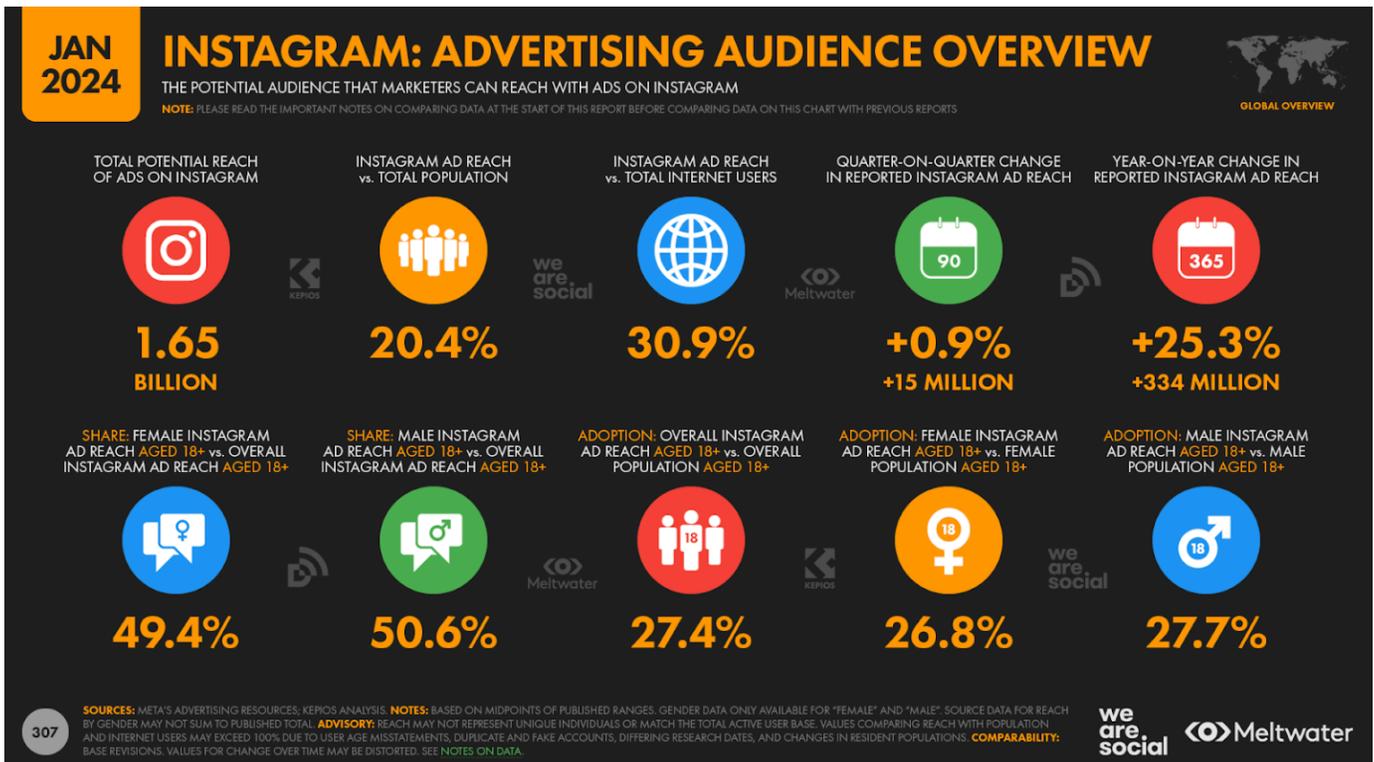


L'audience publicitaire mondiale totale de TikTok est désormais presque aussi importante que celle d'Instagram.

Les chiffres rapportés dans les propres ressources publicitaires de Bytedance montrent que les publicités de TikTok atteignent désormais une audience mondiale de 1,56 milliard d'utilisateurs chaque mois.



Ce chiffre n'est inférieur que de 5,5 % au dernier chiffre d'Instagram publié dans les ressources publicitaires de Meta, qui évalue la portée publicitaire mondiale de la plateforme à 1,65 milliard au début de 2024.



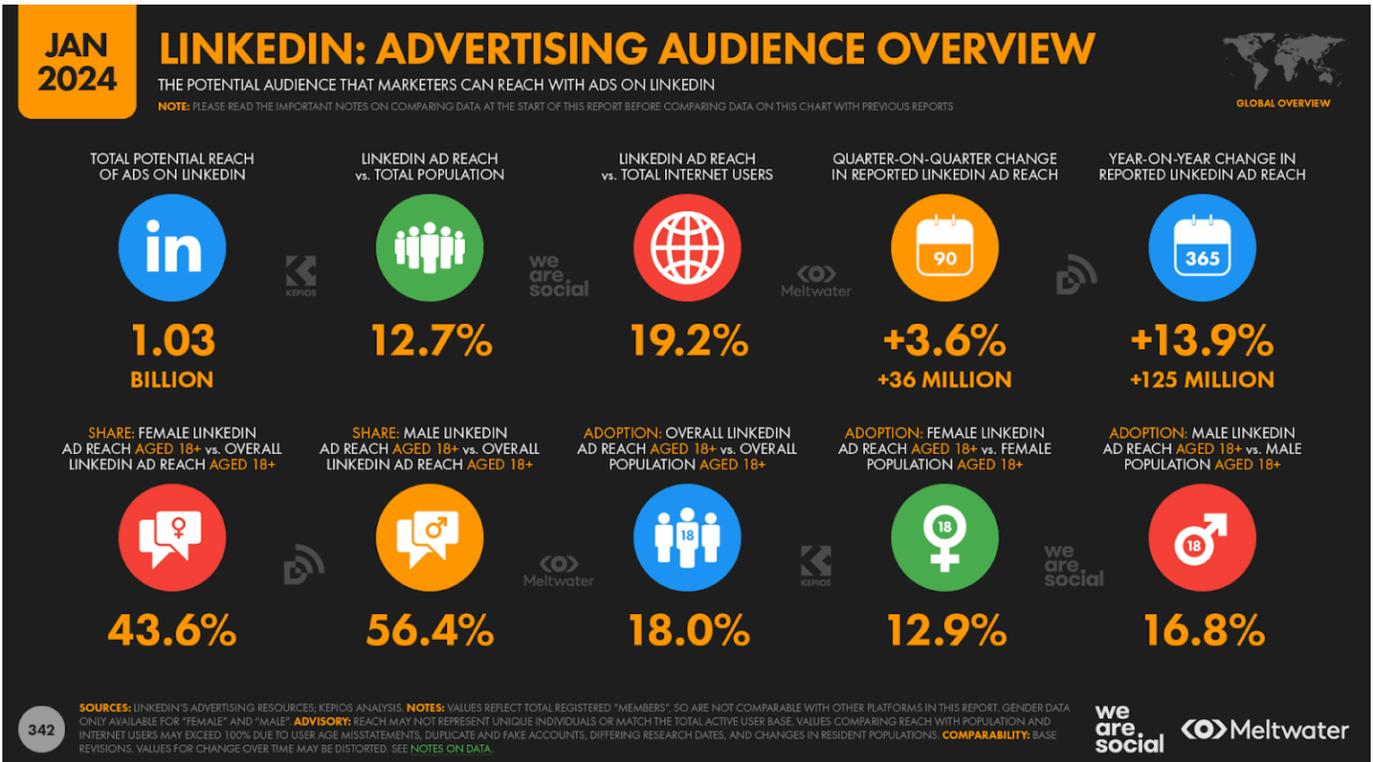
Facebook, qui fêtera son 20e anniversaire le 4 février, a augmenté sa portée publicitaire mondiale de plus de 200 millions au cours des 12 derniers mois, soit une croissance de 10,5 % d'une année sur l'autre.



Les chiffres publiés dans les ressources commerciales de LinkedIn révèlent que les spécialistes du marketing peuvent désormais atteindre plus d'un milliard de « membres » de LinkedIn en utilisant les produits publicitaires de la plateforme.

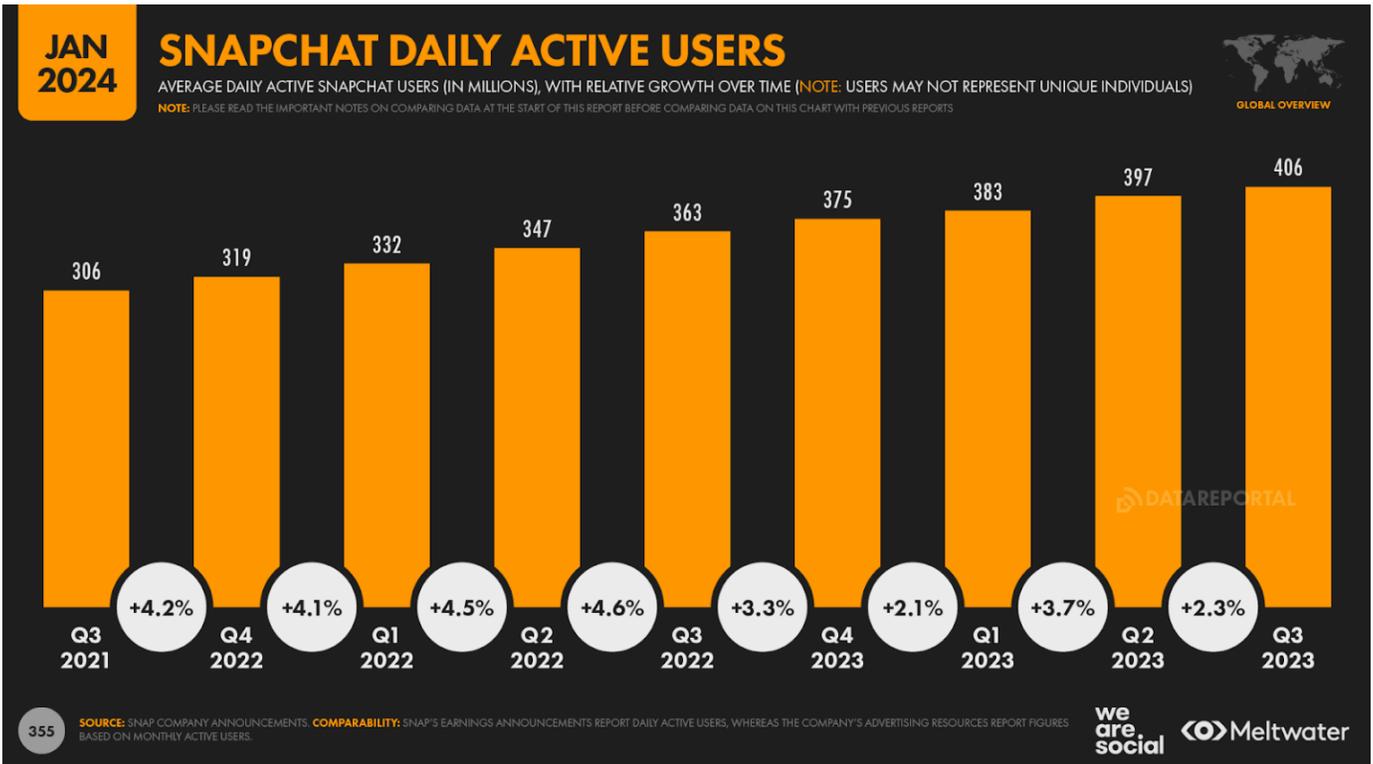
L'adoption de LinkedIn semble s'être accélérée en 2023 par rapport à l'année précédente, la plateforme ayant attiré 33 millions de nouveaux utilisateurs supplémentaires l'année dernière par rapport à ses ajouts pour 2022.

Il est également intéressant de noter que plus de la moitié – 51,6 % – de l'audience publicitaire de LinkedIn est âgée de 25 à 34 ans.



Snapchat est toujours en croissance.

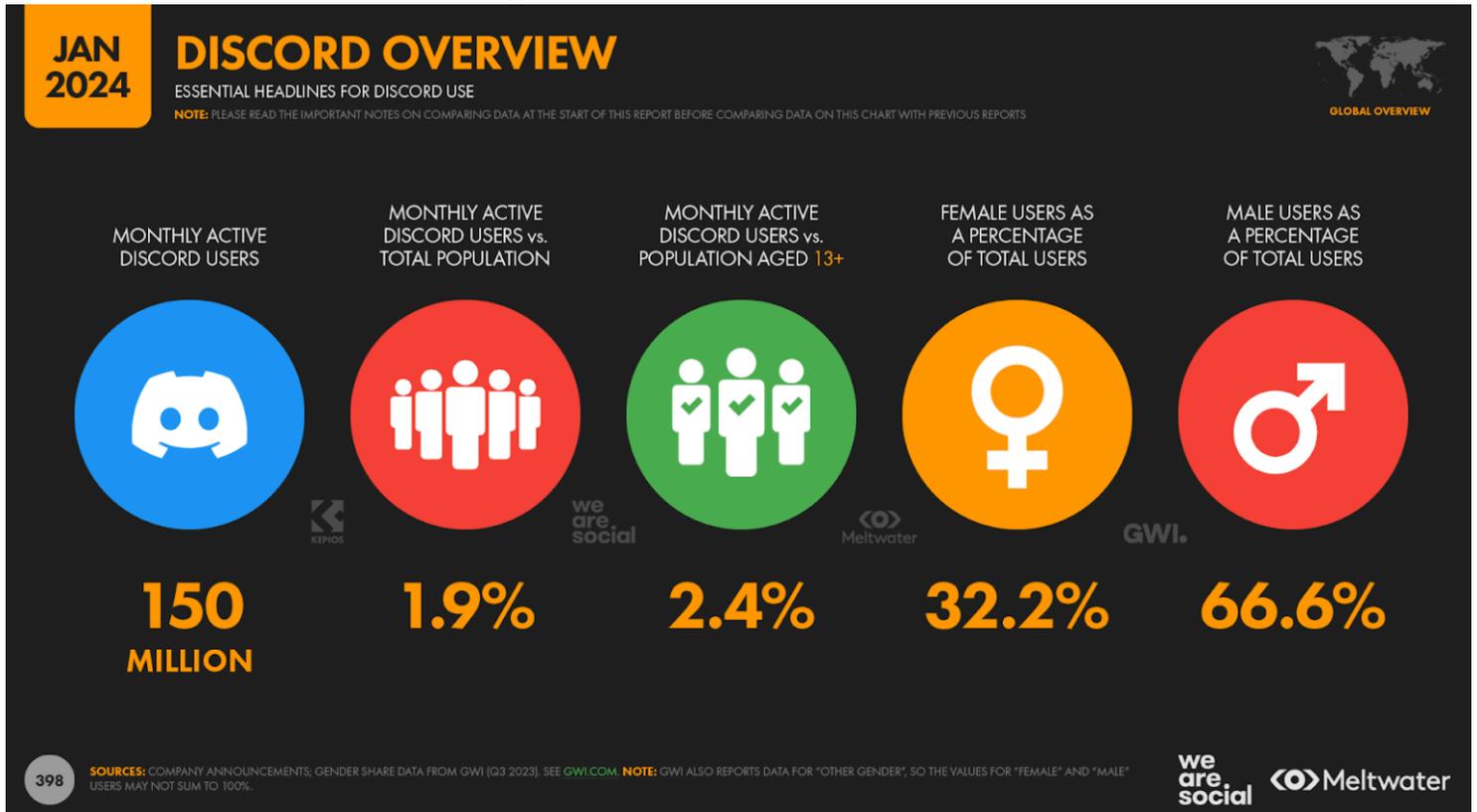
Le dernier rapport sur les résultats de l'entreprise révèle que la plateforme a gagné 100 millions d'utilisateurs actifs quotidiens au cours des deux dernières années, pour atteindre le total actuel de 406 millions.



Discord n'est pas en reste non plus.

Le site web de la plateforme indique toujours que Discord compte 150 millions d'utilisateurs actifs mensuels, mais l'analyse par Kepios de données provenant de tiers

réputés, dont data.ai, Semrush et Similarweb, suggère que Discord pourrait attirer bien plus de 300 millions d'utilisateurs actifs chaque mois.



Outre sa popularité continue auprès des communautés de joueurs et joueuses, l'ascension rapide de la plateforme au cours des derniers mois a également été alimentée par son association avec Midjourney, qui est devenu l'un des outils de génération d'images par IA les plus populaires au monde.

JAN 2024 LARGEST DISCORD SERVERS

DISCORD SERVERS WITH THE GREATEST NUMBER OF MEMBERS

| # | SERVER | MEMBERS | # | SERVER | MEMBERS | # | SERVER | MEMBERS | # | SERVER | MEMBERS |
|----|---------------------------|---------|----|-----------------------------|---------|----|---------------------------|---------|----|---------------------|---------|
| 01 | MIDJOURNEY | 18.24 M | 11 | MIKA PARADISE SOCIAL ...* | 953 K | 21 | ENGLISH | 748 K | 31 | AXIORE COMMUNITY | 650 K |
| 02 | LIMEWIRE - CREATE AI ...* | 2.31 M | 12 | LOFI GIRL | 902 K | 22 | GRAND QUEST GAMES | 743 K | 32 | GPO TRADE HUB | 644 K |
| 03 | LEONARDO.AI | 1.82 M | 13 | ANIME ADVENTURES | 874 K | 23 | BELUGANG | 731 K | 33 | PUBG MOBILE | 620 K |
| 04 | BLOX FRUITS | 1.50 M | 14 | TIKTOK EFFECT HOUSE | 852 K | 24 | 👉 EMOJI.GG DISCORD ...* | 725 K | 34 | AXIE INFINITY | 611 K |
| 05 | NOVA | 1.43 M | 15 | GEOMETRY DASH | 823 K | 25 | VALORANT LFG | 708 K | 35 | SEVIDOR DO GOULARTE | 606 K |
| 06 | ROBLOX | 1.15 M | 16 | STUMBLE GUYS | 810 K | 26 | BLADE BALL | 707 K | 36 | NO HESI | 600 K |
| 07 | GENSHIN IMPACT OFFICIAL | 1.14 M | 17 | KING LEGACY | 792 K | 27 | ROCKET LEAGUE | 703 K | 37 | DEEP ROCK GALACTIC | 600 K |
| 08 | ALL STAR | 1.07 M | 18 | ERA | 789 K | 28 | ANIME SOUL DISCORD | 701 K | 38 | GALXE | 600 K |
| 09 | FUSIONIST | 1.06 M | 19 | APEX LEGENDS | 785 K | 29 | SUI | 666 K | 39 | GARTIC | 589 K |
| 10 | VALORANT | 1.03 M | 20 | RELL GAMES | 772 K | 30 | ISHOWSPEED'S DISCORD | 666 K | 40 | WHITEOUT SURVIVAL | 585 K |

399 SOURCE: DISCORD. NOTES: RANKING POSITION AND MEMBER COUNTS AS PUBLISHED BY DISCORD. (*) FULL NAME OF SERVER HAS BEEN SHORTENED TO FIT AVAILABLE SPACE.

we are social Meltwater

Parmi d'autres enseignements :

🕒 L'internaute type passe désormais 6 heures et 40 minutes en ligne chaque jour, soit une augmentation de 3 minutes par jour, ou d'1 % d'une année sur l'autre.

📺 Il passe aussi aujourd'hui moins de temps à regarder des contenus télévisés : 3h06 par jour, 17 minutes en moins par rapport à l'année dernière, donc une baisse de 8,2 %. (mais c'est toujours plus que le temps passé sur les réseaux sociaux)

💎 30% des 18-64 ans connectés dans le monde payent pour un service de TV ou film en streaming chaque mois (35% en France) et 22,5% pour un service de streaming de musique (22,6% en France).

🎵 C'est la chanson de Miley Cyrus "Flowers" qui a été la plus écoutée sur Spotify en 2023. L'artiste la plus streamée sur la même période a été Taylor Swift.

📻 Nous sommes 20,6% d'internautes dans le monde à écouter des podcasts chaque semaine (15,8% en France)

🎮 Plus de 83% de personnes connectées entre 18 et 64 ans jouent aux jeux vidéo dans le monde. (84% pour la France)
Les jeux de tirs sont les plus populaires, toutes tranches d'âge confondues.

💰 Les dépenses publicitaires numériques ont augmenté de 10 % par rapport à l'année dernière, avec près de 720 milliards de dollars dépensés pour les publicités numériques en 2023.

Les dépenses publicitaires social media ont augmenté de 9,3 % pour atteindre 207 milliards de dollars, et les investissements dans les activités d'influence ont augmenté de 17 %.

🌐 Après une solide analyse des hashtags TikTok, le Digital 2024 rapporte que le contenu étiqueté avec #fyp (pour votre page) a amassé un total de 55½ trillions de vues – ce qui en fait le hashtag le plus populaire de la plateforme.

📱 49% de la population mondiale flashe un QR code tous les mois via leur mobile (pour la France, seulement 35%)

🗄️ La page Wikipédia la plus consultée en 2023 a été... ChatGPT !

JAN 2024 MOST VIEWED WIKIPEDIA PAGES IN 2023

WIKIPEDIA PAGES WITH THE GREATEST NUMBER OF PAGE VIEWS BETWEEN JANUARY AND DECEMBER 2023

| # | PAGE | VIEWS | EDITS | # | PAGE | VIEWS | EDITS |
|----|----------------------------|------------|--------|----|--------------------|------------|-------|
| 01 | CHATGPT | 52,460,000 | 1,574 | 11 | PATHAAN (FILM) | 20,610,000 | 1,810 |
| 02 | DEATHS IN 2023 | 48,550,000 | 24,397 | 12 | PREMIER LEAGUE | 19,870,000 | 707 |
| 03 | 2023 CRICKET WORLD CUP | 38,710,000 | 2,089 | 13 | BARBIE (FILM) | 19,760,000 | 3,503 |
| 04 | INDIAN PREMIER LEAGUE | 32,400,000 | 857 | 14 | CRISTIANO RONALDO | 19,030,000 | 664 |
| 05 | OPPENHEIMER (FILM) | 31,260,000 | 3,763 | 15 | MATTHEW PERRY | 17,860,000 | 1,346 |
| 06 | J. ROBERT OPPENHEIMER | 28,200,000 | 900 | 16 | LIONEL MESSI | 17,600,000 | 946 |
| 07 | CRICKET WORLD CUP | 25,900,000 | 611 | 17 | UNITED STATES | 17,280,000 | 2,932 |
| 08 | JAWAN (FILM) | 23,080,000 | 1,855 | 18 | ANIMAL (2023 FILM) | 16,990,000 | 1,685 |
| 09 | TAYLOR SWIFT | 22,030,000 | 1,575 | 19 | ELON MUSK | 15,920,000 | 969 |
| 10 | THE LAST OF US (TV SERIES) | 21,000,000 | 1,508 | 20 | INDIA | 15,080,000 | 627 |

108 SOURCE: WM/CLOUD. NOTES: VIEWS REPRESENT TOTAL (CUMULATIVE) PAGE VIEWS BETWEEN JANUARY AND DECEMBER 2023. VIEW COUNTS HAVE BEEN ROUNDED TO THE NEAREST 10,000. FIGURES FOR EDITS ARE SHOWN AS IS. AS PER GUIDANCE FROM THE WIKIMEDIA FOUNDATION, THIS RANKING EXCLUDES PAGES WITH HIGH VOLUMES OF SUSPECTED AUTOMATED TRAFFIC (I.E. WHERE MOBILE PAGE VIEWS ACCOUNT FOR LESS THAN 5% OR MORE THAN 95% OF TOTAL PAGE VIEWS).

we are social Meltwater

Pour lire l'analyse complète du Digital Report 2024 (en anglais), cliquez [ici](#).

Recherche et mise en page par:

Michel Cloutier

CIVBDL

20240310

"C'est ensemble qu'on avance"