

Une étude



pour



## Questions de communication - Hebdocom Juillet 2023

### Vague 31 – La gratuité des réseaux sociaux



Jean-Daniel Lévy, Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion

Pierre-Hadrien Bartoli, Directeur des études politiques

Hadrien Gouttefangeas, Chargé d'études au Département Politique – Opinion

# Sommaire

**Méthodologie d'enquête**

**P.3**

**Le rapport des Français à la gratuité des réseaux sociaux**

**P.5**

# Méthodologie d'enquête



Enquête réalisée **en ligne** les **4 et 5 juillet** 2023.



Échantillon de **1007** personnes représentatif des Français âgés de 18 ans et plus.



Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : **sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle, région et taille d'agglomération** de l'interviewé(e).



Aide à la lecture des résultats détaillés :

- Les chiffres présentés sont exprimés en pourcentage.

# Intervalle de confiance

L'intervalle de confiance (parfois appelé « marge d'erreur ») permet de déterminer la confiance qui peut être attribuée à une valeur, en prenant en compte la valeur observée et la taille de l'échantillon. Si le calcul de l'intervalle de confiance concerne les sondages réalisés avec la méthode aléatoire, il est communément admis qu'il est proche pour les sondages réalisés avec la méthode des quotas.

Taille de l'échantillon	5% ou 95%	10% ou 90%	20% ou 80%	30% ou 70%	40% ou 60%	50%
100 interviews	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10
200 interviews	3,1	4,3	5,7	6,5	6,9	7,1
300 interviews	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
400 interviews	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
500 interviews	2,0	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600 interviews	1,8	2,4	3,3	3,8	4,0	4,1
800 interviews	1,5	2,1	2,8	3,2	3,4	3,5
1 000 interviews	1,4	1,8	2,5	2,9	3,0	3,1
2 000 interviews	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
3 000 interviews	0,8	1,1	1,5	1,7	1,8	1,8
4 000 interviews	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6 000 interviews	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4

**Note de lecture :** dans le cas d'un échantillon de 1 000 personnes, si le pourcentage mesuré est de 10%, la marge d'erreur est égale à 1,8. Il y a donc 95% de chance que le pourcentage réel soit compris entre 8,2% et 11,8% (plus ou moins 1,8 point).



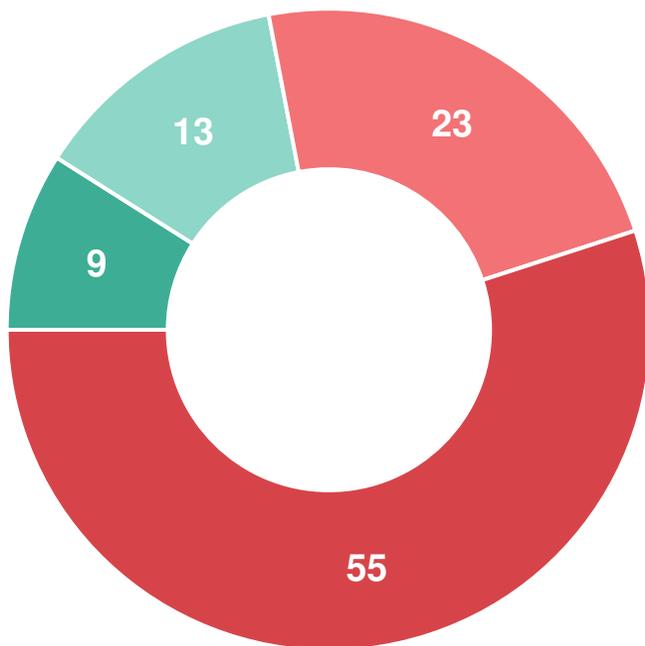
# **Le rapport des Français à la gratuité des réseaux sociaux**

## Si seulement un quart des utilisateurs indiquent qu'ils pourraient envisager de payer un abonnement pour continuer à se rendre sur les réseaux sociaux, cette proportion est bien plus importante, voire majoritaire, chez les utilisateurs les plus jeunes

Depuis le week-end dernier, face à des difficultés techniques, Elon Musk a mis en place des mesures visant à limiter l'utilisation de Twitter à ses utilisateurs en réduisant le nombre de tweets pouvant être lus par jour. Les restrictions mises en place sont bien moins sévères pour les utilisateurs ayant souscrit à un abonnement mensuel payant. D'une manière générale, si l'accès aux réseaux sociaux devenait payant, envisageriez-vous de souscrire à un abonnement payant pour les utiliser ?

- À tous, en % -

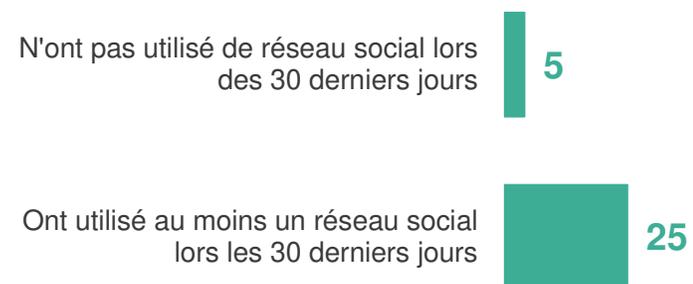
Oui : 22%



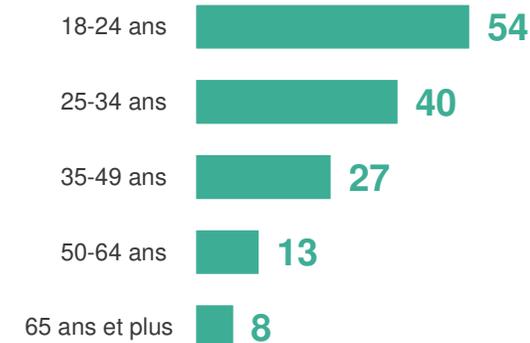
Non : 78%

- Oui, certainement
- Oui, probablement
- Non, probablement pas
- Non, certainement pas

% Oui



Par tranche d'âge des utilisateurs :



# Contacts

Merci de noter que toute diffusion de ces résultats doit être accompagnée des éléments techniques suivants : le **nom de l'institut**, le **nom du commanditaire** de l'étude, la **méthode d'enquête**, les **dates de réalisation** et la **taille de l'échantillon**.

---

Suivez l'actualité de Harris Interactive sur :



[www.harris-interactive.com](http://www.harris-interactive.com)



[Facebook](#)



[Twitter](#)



[LinkedIn](#)

---

## Contacts Harris Interactive en France :

- Jean-Daniel Lévy – Directeur délégué – Stratégies politiques et d'opinion – 01 44 87 60 30 – [jdlevy@harrisinteractive.fr](mailto:jdlevy@harrisinteractive.fr)