










Guide Réseaux Sociaux 2025

ecommerce-nation.fr

ecn.

Top 10 Réseaux sociaux favoris en France

- 1  **Facebook**
Américain - 2004
- 2  **Instagram**
Américain - 2010
- 3  **WhatsApp**
Américain - 2009
- 4  **TikTok**
Chinois - 2016
- 5  **Snapchat**
Américain - 2011
- 6  **Messenger**
Américain - 2011
- 7  **Twitter**
Américain - 2006
- 8  **Pinterest**
Américain - 2010
- 9  **Discord**
Américain - 2015
- 10  **iMessage**
Américain - 2011

Chiffres clés des réseaux sociaux en France en 2025

95% de la population sont connectés à Internet

63,4 millions de Français

76% de la population sont utilisateurs de réseaux sociaux

soit 50,4 millions de Français

51%
de femmes

49%
d'hommes

Temps d'utilisation moyen

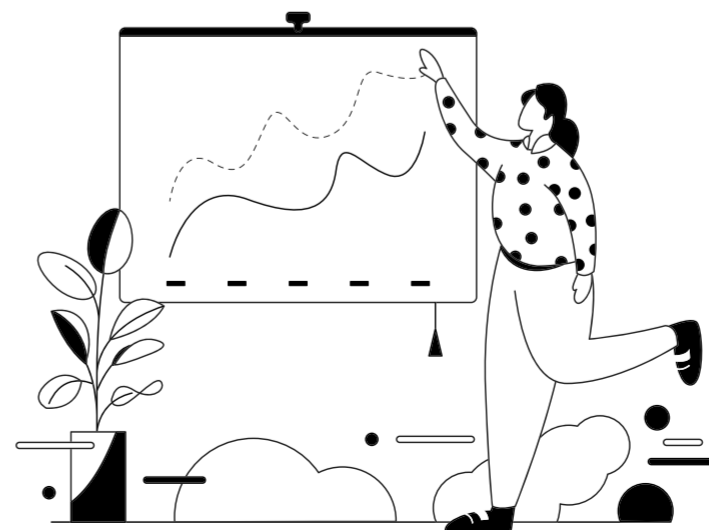
1h48
par jour

Les Français utilisent en moyenne

5,8
plateformes sociales par mois

Les réseaux sociaux influencent les décision d'achat pour

87%
des français

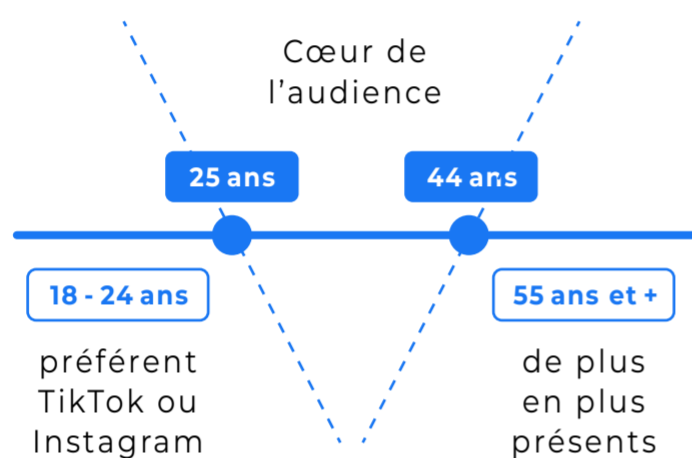


ecn.

Suivez le e-commerce de demain

ecommerce-nation.fr

 **Audience**
**Audience
publicitaire
potentielle**
31.5
millions

**Temps
d'utilisation
moyen**
13h46
par mois

 **Objectifs**
1 **Fidéliser**
une communauté large
et diversifiée **+**
2 **Générer**
du trafic vers votre
e-commerce **+**
3 **Lancer**
des campagnes
marketing ciblées **+**
4 **Diffuser**
des contenus visuels
engageants **+**
 **Les conseils ecn.**

 Privilégier les **contenus engageants**
(questions, sondages, vidéos courtes)

 Miser sur les formats
vidéo et live qui génèrent
plus d'interactions

 Exploiter les groupes
pour **développer un lien
communautaire fort**

 Utiliser la **publicité ciblée**
pour compenser la baisse
de la portée organique

 **Outils :**
**Meta Business
Suite** **+**

 pour la gestion et
la programmation

**Facebook Ads
Manager** **+**


 pour les campagnes
publicitaires

**Facebook Live
et événements** **+**

 pour mesurer l'efficacité
des publicités

Pixel Meta **+**

 pour l'interaction
en temps réel

 **L'algorithme valorise :**
 Les interactions sociales fortes (amis proches, famille) **Check**
 Les vidéos natives et live **Check**
 Les publications générant des conversations significatives **Check**
 Les contenus promotionnels ou cliquait sont pénalisés. **Check**
ecn.

 Suivez le e-commerce
de demain

ecommerce-nation.fr

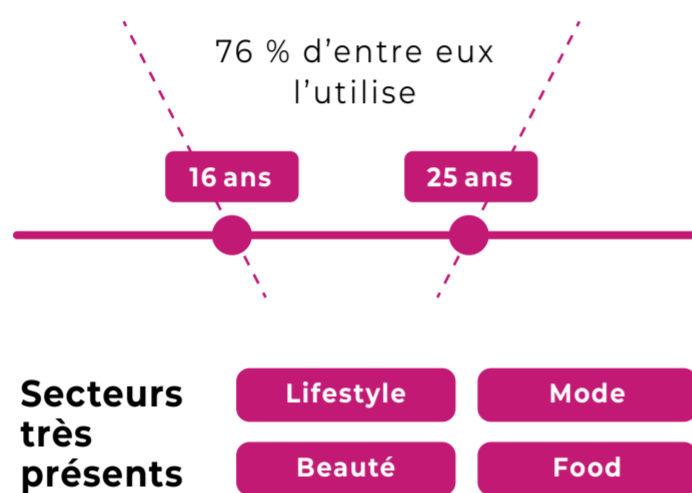
Audience

Audience publicitaire potentielle

26.6
millions

Temps d'utilisation moyen

12h13
par mois



Objectifs

- Développer** l'image de marque +
- Travailler** l'influence et le marketing d'affiliation +
- Créer** des contenus immersifs (Stories, Reels) +
- Générer** du trafic via les liens en bio ou Shopping +

Les conseils ecn.

Privilégier la **vidéo courte** (Reels)

Varié les formats (carrousels, stories interactives)

Collaborer avec des créateurs/influenceurs

Convertir directement votre audience avec Instagram Shopping et les liens produits

Outils :

Meta Business Suite +

pour la gestion et la programmation

Instagram Shopping +

pour les campagnes publicitaires

Meta Brand Collabs Manager +

pour les collaborations et partenariats

Mojo & Inshot +

pour les Reels & Stories

L'algorithme valorise :



Les vidéos courtes (Reels)

Check



Les contenus qui génèrent des **interactions rapides** (likes, commentaires, partages, sauvegardes)

Check



Les signaux de fidélité (utilisateurs qui interagissent régulièrement avec le compte)

Check



Les collaborations (tag d'un autre compte)

Check



ecn.

Suivez le e-commerce de demain

ecommerce-nation.fr



Audience

Audience
publicitaire
potentielle

15.5
millions

Audience
plutôt
masculine

62%

Secteurs
très
présents

Actualité

Politique

Tech

Sport

Usage très centré sur le temps réel :

réactions aux événements

partages de tendances

actualité brûlante

Outils :

TweetDeck ou
X Pro

pour organiser flux, planification
et surveillance de conversations

Hootsuite, Buffer,
Social Champ

pour programmation, analyse
et suivi

Brandwatch,
Mention

pour l'écoute sociale et la gestion
de réputation

L'algorithme valorise les contenus :



Ceux jugés **pertinents**, en lien avec les intérêts passés de l'utilisateur
et suscitant des engagements

Check



Frais (récents) : l'actualité prime

Check



Variés, pour éviter l'effet bulle

Check



Avec **médias** intégrés (images, vidéos), qui boostent la visibilité

Check

Objectifs

1

Renforcer

la notoriété en
réagissant rapidement
aux sujets brûlants

+

2

Engager

une communauté active
à travers les fils de
discussion et la veille

+

3

Positionner

son expertise via des
threads thématiques
bien référencés

+

4

Espionner

la concurrence et
s'inspirer des tendances
en temps réel

+

Les conseils ecn.

Utiliser des contenus
visuellement attractifs :
images, vidéos, GIFs pour capter
l'attention

Être réactif :
X évolue en temps réel,
la rapidité rend visible

Publier des **threads**
structurés qui détaillent
un sujet

Employer des **hashtags**
pertinents

ecn.

Suivez le e-commerce
de demain

ecommerce-nation.fr

 **Audience**
**Audience
publicitaire
potentielle**
34

millions

**Audience
professionnelle**

Cadres

Managers

Freelances

Recruteurs

**Secteurs
très
présents**

B2B

Marketing

Tech

Finance

Utilisé pour :

personal branding

prospection

recrutement

 **Objectifs**
1
Générer

 des leads qualifiés
pour le B2B

+

2
Renforcer

 la crédibilité de la
marque en partageant
des contenus experts

+

3
Établir

 des partenariats
stratégiques

+

4
Recruter

 des talents ou des
ambassadeurs de
marque

+

 **Les conseils ecn.**

 Publier de manière
régulière et cohérente

 Privilégier la **qualité
rédactionnelle** :

 publications claires, bien rédigées et
structurées

 Favoriser les formats
engageants et variés :

 carrousels, vidéos, images, articles
longue-forme, newsletters, webinaires

 Stimuler les **interactions
authentiques**
 **Outils pour la prospection :**
**LinkedIn Sales
Navigator**

+

**La Growth
Machine**

+

Humanlinker

+

Waalaxy

+

 **Algorithme :**
Classement basé sur la pertinence :

 Qualité du contenu :
orthographe, cohérence, valeur informatives

Check


 Engagement :
principalement commentaires riches, puis partages et likes

Check



Dwell time et sauvegardes du post

Check


 Pertinence pour le réseau ciblé
calculée via les interactions et abonnements passés

Check

L'algorithme favorise :

Niches précises

 Publications
explicites

Expertise



 Suivez le e-commerce
de demain

ecommerce-nation.fr


Audience
**Audience
publicitaire
potentielle**
18.9

millions

**Audience
plutôt
féminine**
70%

**Secteurs
très
présents**

Mode

Cuisine

Déco

DIY

Utilisé comme :

moteur d'inspiration visuelle


Outils :
**Pinterest
Business**

 accès aux statistiques
et fonctionnalités
Performantes

**Pinterest
Ads**

 campagnes
sponsorisées

**Brandwatch Social
Media Management**

 création, publication et suivi
des performances des pins via
un tableau de bord intégré

Tailwind

 planification stratégique,
suivi de performance


L'algorithme valorise :

Pinterest fonctionne comme un moteur de recherche visuel



Les contenus sont classés selon pertinence, qualité et engagement

Check



Le SEO (titres, descriptions, mots-clés) est crucial

Check



Les contenus frais sont mis en avant par rapport aux anciens

Check


Objectifs
1
Inspirer

 durablement votre
audience à travers des
visuels forts

2
Générer

 du trafic qualifié vers
votre site ou e-commerce

3
Optimiser

 votre référencement
visuel (SEO Pinterest)

4
Promouvoir

 vos produits via des
épingles enrichies (Rich
Pins) et le Shopping


Les conseils ecn.

 Passer à un **compte
professionnel** :

 indispensable pour activer les Rich
Pins, accéder aux statistiques

Réclamer votre site Web

 pour renforcer votre
crédibilité auprès de
l'algorithme

**Publier du contenu
pertinent et inspirant,**

 optimisé avec des images de haute
qualité, des mots-clés riches, et des
descriptions précises

Varié les formats :

 épingles produits, infographies, DIY,
moodboards, idées de looks

ecn.

 Suivez le e-commerce
de demain

ecommerce-nation.fr



Audience

Audience
publicitaire
potentielle

50.4
millions

Plateforme
vidéo

N°1

devant Netflix
et la TV
traditionnelle

Audience large, mais
forte concentration
chez les

16 ans

34 ans

Utilisé pour :

l'entertainment

l'apprentissage

Objectifs

1

Développer

une visibilité long terme avec le SEO vidéo



2

Humaniser

la marque et donner vie à vos produits via la vidéo



3

Développer

une communauté fidèle via du contenu de valeur et engageant



4

Créer

du contenu expert



Les conseils ecn.

Publier régulièrement
pour bénéficier de l'effet
"chaîne"

Varier les formats
(longs, Shorts, Lives)

Optimiser les titres,
descriptions, miniatures
(SEO)

Créer des **miniatures
attrayantes** avec visages
expressifs, textes brefs et
forts contrastes

Outils :

YouTube
Studio



TubeBuddy



VidIQ



Morningfame



extension pour
la stratégie SEO

IA pour scorer
l'optimisation

tableau de bord prédictif
des performances

L'algorithme valorise :



Une forte **rétenion du spectateur** (temps de visionnage)

Check



Un **taux de clic élevé** (miniature + titre attractif)

Check



Un engagement régulier (commentaires, likes, abonnements)

Check



Les **Shorts** sont désormais un levier majeur de visibilité

Check

ecn.

Suivez le e-commerce
de demain

ecommerce-nation.fr



Audience

Audience
publicitaire
potentielle

27.8
millions

Utilisé
quotidiennement
pour échanger
entre amis



Pionnier en matière de :

réalité augmentée

filtres, lenses

Objectifs

- Créer**
une proximité authentique avec une audience jeune et mobile
- Utiliser**
les outils de réalité augmentée (AR)
- Humaniser**
votre marque à travers des contenus instantanés
- Stimuler**
des interactions directes et spontanées

Les conseils ecn.

Publier régulièrement en semaine, sur les moments de forte activité (après l'école ou le travail)

Collaborer avec des influenceurs locaux pour créer des filtres ou stories sponsorisés

Utiliser les **fonctionnalités éphémères** (Stories, Snaps) pour renforcer le sentiment d'exclusivité

Créer des **filtres AR** personnalisés autour de vos campagnes produits ou événementielles

Outils :

Lens Studio

pour créer des filtres et effets AR immersifs et originaux

Snapchat Trends

pour identifier les contenus tendances du moment

Snap Publisher

pour lancer des publicités in-platform

Stories & Discover

L'algorithme valorise :



Fréquence et fraîcheur du contenu : les stories et Snaps récents sont mis en avant

Check



Engagement : réactions, captures d'écran ou partages en DM

Check



Valeur spectateur : les contenus qui maintiennent l'attention bénéficient d'une meilleure exposition via Discover ou Spotlight

Check



Tendances et filtres populaires : les effets AR les plus utilisés sont mis en avant dans les suggestions

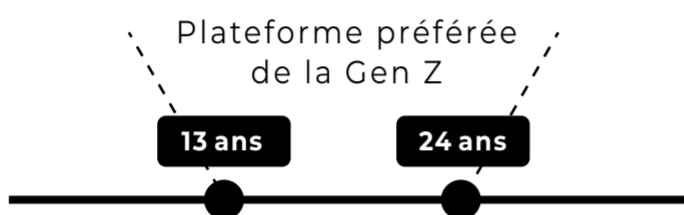
Check

ecn.

Suivez le e-commerce
de demain

ecommerce-nation.fr


Audience
**Audience
publicitaire
potentielle**
21.5
millions

**Taux
d'engagement
le plus élevé**
parmi tous
les réseaux

Très utilisé aussi par :

les créateurs de contenu

les marques de mode

les marques de divertissement


Objectifs
1 | **Créer**
de la viralité +
2 | **Encourager**
l'achat via TikTok Shop
et des sessions de live
shopping interactives +
3 | **Amplifier**
votre storytelling de
marque +
4 | **Cibler**
les micro-communautés
pertinentes pour engager
une audience qualifiée +

Les conseils ecn.

 Produire du contenu
authentique, fun et court

 S'appuyer sur les
**tendances et musiques
viraux**

 Encourager l'**UGC**
(contenu généré par les utilisateurs)

 Privilégier un **ton
spontané** plutôt que trop
corporate


Outils :
**TikTok
Analytics** +

 indicateurs de
performance clés

**TikTok Symphony
Creative Studio** +





outil collaboratif avec IA

**TikTok Live
Studio** +

diffusion en direct

CapCut +

 montage vidéo
avancé


L'algorithme du For You Page (FYP) :

 Les interactions
(likes, commentaires, partages, temps de visionnage) Check

 Les intérêts déduits de l'historique utilisateur Check

 La viralité des sons et hashtags Check

 La répétition
(plus une vidéo est rejouée, plus elle est mise en avant) Check


 **Audience****Utilisateurs
uniques
quotidiens****24**millions
en France**Utilisé par
toutes les
générations****Canal privilégié de communication :**

Privée

Rapide

Utilisé par les entreprises pour :

le service client

Objectifs**1** **Communication** +
directe avec les clients**2** **Service client** +
réactif**3** **Fidéliser** +
relances post-achat,
offres exclusives,
conseils pratiques**4** **Stimuler** +
les ventes via WhatsApp
Business, avec
catalogue, notifications
et messages ciblés **Les conseils ecn.**Intégrer le **click-to-WhatsApp** dans vos pubs Facebook/InstagramAutomatiser les messages types (accueil, retours, relances) en gardant un **ton humain**Proposer des **notifications utiles**
(commandes, réservations)**Segmenter vos listes** via catalogue, étiquettes (VIP, nouveaux clients, etc.) **Outils :****WhatsApp Business** +**Wati** +plateforme API officielle
WhatsApp avec chatbot
no-code**Interakt** +solution dédiée aux PME/D2C,
catalogues, segmentation
clients, suivi des campagnes**Simio** +logiciel de marketing
pour WhatsApp **Algorithme :**

WhatsApp ne repose pas sur un algorithme publicitaire

Les messages arrivent par défaut
en ordre chronologique

Check

Les notifications push garantissent
une ouverture quasi immédiate
(taux > 90%)

Check

**ecn.**Suivez le e-commerce
de demainecommerce-nation.fr



Audience

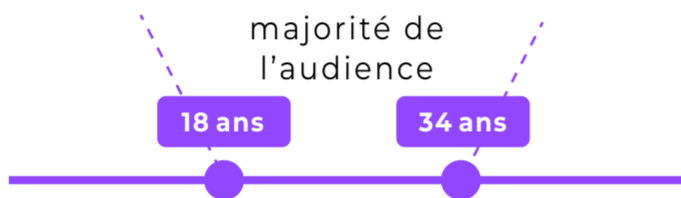
Utilisateurs
actifs
mensuels

7

millions
en France

1 203 745

spectateurs
simultanés
**c'est le record
d'audience en
France atteint
par Rebeudeter
lors du
« DTR Fight »**
le 7 décembre 2024



Temps de visionnage très élevé
(plusieurs heures/jour)

Secteurs
très
présent

Gaming

Musique

Talk

Sport

Objectifs

1

Développer
une communauté live



2

Promouvoir
des produits à travers le
marketing d'influence



3

Créer
des sessions de
shopping en direct



4

Créer
du contenu
événementiel



Les conseils ecn.

Adopter un **setup stable** :
webcam, micro de qualité

Choisir votre niche,
mais **restez authentique**
(gaming, talk, lifestyle, DIY, etc.)

Collaborer avec d'autres
streamers

Diffuser régulièrement
aux mêmes horaires pour
fidéliser votre audience

Outils :

**Twitch
Advertising**



la régie publicitaire de
Twitch afin de diffuser
vos publicités

**Open Broadcast
Software (OBS)**



un logiciel de streaming
qui permet de capturer
votre écran

StreamLabs



permet de gérer avec les
interactions, la gestion des
discussions et les dons

Twitch Studio



logiciel de streaming
gratuit permettant de
personnaliser votre scène

Algorithmme :

Twitch recommande les streams sur la base :



Du nombre de spectateurs en live

Check



De la pertinence par rapport aux intérêts suivis

Check



Des catégories (jeux, thèmes)

Check



Promotion éditoriale Twitch :
événements sponsorisés ou temps forts (Drops, marathons charity)

Check

ecn.

Suivez le e-commerce
de demain

ecommerce-nation.fr


Audience
**Utilisateurs
actifs
mensuels**
7.6

 millions
en France

72%

 des jeunes
Français se
connectent
**au moins
une fois par
semaine**
à Discord

**Secteurs
très
présents**

Jeunes

Gamers

Tech

Créatives

Utilisé pour la communication :

vocale

textuelle

vidéo


Outils :
Discord Nitro

 service d'abonnement
payant comportant plus
d'1 million d'utilisateurs

MEE6

 chatbot pour automatiser
l'envoi de messages

Helper.gg

 outil de gestion du ser-
vice client

**Community
Hubs**

 outil de communication
inter-serveurs


Algorithme :

Discord ne fonctionne pas avec un algorithme de recommandation classique.


 Les conversations apparaissent en ordre chronologique
dans les serveurs

Check



La mise en avant se fait par notifications personnalisées

Check



La consommation sur mobile est importante

Check


Objectifs
1
Créer

 une communauté cen-
trée autour d'intérêts
ou de passions
(gaming, art, sport, technologie...)

2
Favoriser

 l'engagement direct,
grâce aux salons textuels, vocaux
ou de streaming intégrés

3
Créer

 une relation plus intime
et instantanée avec des
audiences ciblées

4
Se positionner

 en espace de confiance
avec la modération
communautaire


Les conseils ecn.
Définir des canaux bien
organisés :

 suggestions, support produit,
communauté, événements

 Pour susciter l'engage-
ment, **proposer des
événements en live**

 (ex. sessions Q&A produit, ateliers
créatifs, lancements exclusifs)

 Pour renforcer le
sentiment d'appartenance
**attribuer des rôles
spéciaux ou badges**

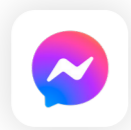
(ex. Ambassadeurs, Early Supporters)

 Protéger ses espaces avec
une **modération active**
pour éviter les abus

ecn.

 Suivez le e-commerce
de demain

ecommerce-nation.fr

 **Audience****Utilisateurs
actifs
mensuels****31.1**millions
en France**La plateforme
regroupe
tout type
d'utilisateurs****Utilisé pour la communication :**

privée

les chatbots e-commerce

Objectifs**1** **Relation**
client personnalisée +**2** **Automatiser**
le support via des
chatbots intégrés +**3** **Optimiser**
la conversion en trans-
formant les conversa-
tions en ventes directes
(boutons CTA, paiements intégrés) +**4** **Centraliser**
les interactions
(Messenger est connecté à Facebook,
Instagram et WhatsApp) + **Les conseils ecn.****Être réactif :**
Les utilisateurs attendent une
réponse rapide**Automatiser
intelligemment :**
utilisez des bots pour les réponses
basiques et l'humain pour les cas
complexes**Exploiter les CTA :**
boutons de prise de rendez-vous,
achat direct, ou redirection vers un
site produitIntégrer Messenger **sur
votre site e-commerce**,
vos publicités Facebook/Instagram,
ou vos emails **Outils :****Meta Business
Suite** +pour la gestion et
la programmation**ManyChat** +création de chatbots
pour automatiser réponses,
nurturing et ventes**MobileMonkey** +outil de messaging
automation avec
segmentation avancée**Chatfuel** +spécialisé dans la
création de bots sans
code pour Messenger **Algorithmme :**Comme WhatsApp,
Messenger repose sur la
messagerie instantanée**Check**Les messages sponsorisés
sont affichés via le réseau
publicitaire Meta**Check**

 **Audience**

Utilisé par
plusieurs
millions de
professionnels
en France

Les entreprises
du CAC 40
utilisent Slack

62%

soit plus de
la moitié

Secteurs
très
présents

B2B

Startups

Grandes entreprises

Utilisé pour la communication :

interne

Objectifs

1

Centraliser

les communications et
outils internes dans un
espace unique

+

2

Fluidifier

le travail en équipe
via canaux thématiques,
messages directs, intégrations

+

3

Automatiser

les workflows internes
(rapports, tâches, notifications)

+

4

Favoriser

l'engagement et la
cohésion en entreprise

+

Les conseils ecn.

Définir une **charte
d'utilisation** claire

Organiser les **canaux
par thématiques**

**Encourager
l'engagement :**

réactions aux messages, partages de
ressources, sondages instantanés

Mettre en place des
intégrations outils pour
tout centraliser

Outils :

Intégrations

+

Trello, Notion, Google
Drive

Slack Connect

+

partenaires externes

Slackbot

+

rappels, automatisations

L'algorithme valorise :

Slack ne repose pas sur un algorithme de visibilité



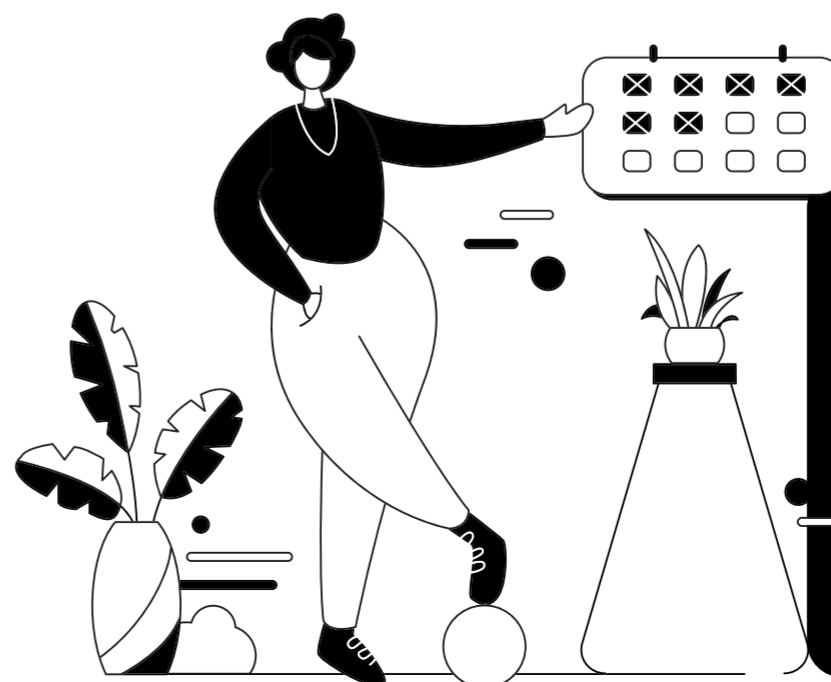
Les messages s'affichent
chronologiquement

Check



Les notifications sont
personnalisées selon la
pertinence pour l'utilisateur

Check



ecn.

Suivez le e-commerce
de demain

ecommerce-nation.fr


Audience
**Utilisateurs
actifs
mensuels**
400

 millions
dans le
monde

**En France,
encore
en phase
d'adoption
mais en
croissance
rapide**
**Secteurs
très
présents**

Jeune

Créateur

Lifestyle


Objectifs
1 | **Publier**
des contenus courts et
engageants moins
polarisée que X **+**
2 | **Créer**
des discussions en
temps réel **+**
3 | **Travailler**
la notoriété via un
ton spontané **+**
4 | **Complémentarité**
avec Instagram **+**

Les conseils ecn.

 Profiter de la **forte
dynamique d'adoption**
pour bâtir rapidement
une audience

Publier du contenu court,
mobile-first, cohérent
avec l'ADN d'Instagram

 Expérimenter avec les
threads vocaux et les
formats multimédias

 Être **réactif aux tendances**
et spontané


Outils :
**Intégration native
avec Instagram** **+**


 importer ses abonnés immédia-
tement facilite l'adoptio


API **+**

en développement


Algorithme :

Threads reprend une logique similaire à Twitter/X et Instagram :

 Met en avant les contenus récents et engageants

Check
 Favorise les interactions rapides (réponses, likes)

Check
 Intègre une logique de recommandations croisées
avec Instagram

Check

ecn.

 Suivez le e-commerce
de demain

ecommerce-nation.fr


Audience

Utilisateurs actifs mensuels

2.6
millions en France

+90%

utilisateurs actifs hebdomadaires en France en un an

Idéal pour cibler des niches

Gaming

Tech

Finance

Lifestyle

Audience passionnée, organisée en :

subreddits thématiques


Outils :

Reddit Pro Trends



outil de veille pour suivre les mots-clés en temps réel, identifier les communautés actives et repérer les tendances

Reddit AMA Ads



format publicitaire dédié aux sessions "Ask Me Anything"


Algorithme :

Reddit valorise les contenus selon :



Le **score de vote** (upvotes - downvotes)

Check



La récence de la publication

Check



L'engagement en commentaires

Check



La pertinence par rapport au subreddit

Check


Objectifs

1

Toucher

des communautés de niche
(ex. beauté, gaming, tech, lifestyle)



2

Générer

du trafic ciblé, en dialoguant sans approches trop commerciales



3

Faire grandir

sa notoriété au sein de sous-communautés spécifiques



4

Veille

sur les tendances et insights consommateurs



Les conseils ecn.

Ne pas utiliser Reddit comme canal promotionnel direct :

les redditors détestent les publicités déguisées

Participer de manière **authentique :**

commenter, répondre, apporter de la valeur avant de promouvoir quoi que ce soit

Les sessions AMA (Ask Me Anything) sont efficaces

pour les experts, fondateurs ou créateurs souhaitant interagir directement avec leur audience

Renforcer sa visibilité dans les IA :

Reddit est devenu une base de données stratégique pour entraîner et alimenter les modèles d'IA générative



Connectez vous dès maintenant

avec les décideurs du e-commerce Français
à travers notre média

1ère base de données mails e-commerce en France
(+50K abonnés)

Infographie

Traduisez et partagez vos chiffres clés au travers d'une infographie.

Podcast

Mettez vos échanges à forte valeur ajoutée à la disposition de l'écosystème.

Webinar

Transformez vos contenus écrits en vidéo.

Livre blanc / étude / rapport

Travaillez avec nos rédacteurs qualifiés pour démontrer votre expertise sur le sujet de votre choix.



Annoncer sur notre média

ecommerce-nation.fr/annoncer/

ecn.