

Pourquoi ce sondage ?

Certaines Marques pensent que Facebook doit être **un espace de liberté d'expression, sans aucune contrainte**. Nous observons aussi parmi les Community Managers des réticences à modérer car **une partie des internautes se plaignent de censure**. Certains commentaires postés sur les réseaux sociaux sont très explicites à ce sujet :

- « CENSURE ...!!! Pour avoir dit la Vérité!! je réitère donc : ... »
- « Votre censure est vraiment indigne »
- « Messieurs les modérateurs-censeurs, vous avez censuré pas mal de mes commentaires aujourd'hui, alors continuez censurez aussi celui-là, ça ne mange pas de pain !. »
- « Tout est soumis à la censure de la pensée unique, et les manipulations vont bon train »
- ...

Ces internautes qui prônent la liberté d'expression coûte que coûte **sont-ils majoritaires ?**

Leur opinion est-elle représentative ?

Les marques doivent-elles s'y plier et adapter leur communication sur Facebook en conséquence ?

Ou bien d'autres internautes ont une opinion différente sur le sujet ?

Nous avons voulu comprendre plus finement le sujet de la liberté d'expression et de la modération sur Internet. Nous avons mandaté l'institut de sondage Opinion Way afin d'interroger un millier d'internautes. Nous vous présentons ici les résultats de ce sondage. Le détail des calculs se trouve en fin de document.

Quels enseignements ?

Enseignement n°1 :
25% des actifs sur Facebook ont déjà commenté une page Facebook de marque

Sur les 1.004 internautes interrogés, 50% sont actifs sur Facebook (501 personnes).

Et parmi eux :

- 73% disent avoir déjà consulté une page Fan Facebook (ex : celle de Nutella, Orange, Oasis, Renault,...)

- 57,7% à avoir déjà liké une Page

- **Et 25,5% à avoir déjà laissé un commentaire sur une de ces pages**

Enseignement n°2 :

85% des actifs sur Facebook sont favorables à la modération !

Plus de **85% des actifs sur Facebook s'expriment en faveur de la modération sur les pages Fan de marque**. En effet, ils sont **45%** à penser que « *la modération sur Facebook est nécessaire, il y a trop de débordements qui nuisent à la qualité des échanges* » auxquels s'ajoutent les **40%** qui déclarent plutôt « *Je peux comprendre qu'il faille parfois retirer des choses, tant que c'est fait avec discernement* ».

Cette proportion est encore plus grande chez ceux qui ont déjà liké une page mais sans laisser de commentaire : **91% sont en faveur de la modération**.

➔ **Une large majorité des internautes est favorable à la modération.**

Seulement 11% considèrent que Facebook est un espace de liberté où rien ne devrait être retiré (généralement, ce sont ceux qui crient à la censure dès qu'un message est supprimé). A noter que ce taux est sensiblement égal quel que soit l'âge des répondants (donc pas plus élevé chez les 18-24 ans que chez les plus de 45 ans) et quelle que soit leur catégorie socio-professionnelle.

Certains Community Manager hésitent encore à modérer ; cela semble pourtant souhaité par une écrasante majorité (silencieuse ?) de « fans ». Notamment ceux qui hésitent à laisser un commentaire : par peur d'une réaction négative de la communauté à leur égard ?

Enseignement n°3 :

**20% de 'likes' en moins lorsque la Page Fan n'est pas modérée.
Impact sur le nombre de fans.**

Les membres Facebook actifs sont ensuite interrogés sur leur comportement vis-à-vis de la page Facebook de leur marque préférée, dans le cas hypothétique où celle-ci ne serait pas modérée.

Ils sont **2 fois moins (13%, contre 25,5%) à être enclins à commenter la page !**

Le pourcentage de personnes envisageant liker la page baisse de 21 points en passant de 58% à 37%.

Sur les 128 personnes du panel ayant déjà commenté une page fan (question n°1), deux tiers (63%) d'entre eux pensent qu'ils ne commenteront pas la page d'une de leur marque favorite si elle n'est pas modérée.

Enfin, sur les 289 personnes du panel ayant déjà liké une page fan (question n°1), à peine plus de la moitié (58%) pensent qu'ils likeront tout de même cette page de leur marque favorite si elle n'est pas modérée.

➔ **Ne pas modérer a un impact négatif sur le recrutement de nouveaux fans.**

Enseignement n°4 :
35% des internautes les plus actifs ne commenteront pas leur page Facebook préférée si elle n'est pas modérée.
Impact sur le taux d'engagement.

Plus intéressant encore lorsqu'on s'intéresse aux internautes les plus actifs, ceux qui commentent et likent. Ces internautes sur lesquelles les Marques s'appuient afin que leurs dispositifs se propagent de manière virale : plus de 35% de ces internautes pensent qu'ils n'auront pas d'interaction avec leur page favorite si elle n'est pas modérée.

➔ **Ne pas modérer a un impact négatif sur le taux d'engagement**

Conclusion

En apparence, nombreux sont les internautes qui crient à la censure lorsqu'ils apprennent qu'un espace 2.0 (blog, forum ou site web) est modéré. **En réalité, une majorité silencieuse est favorable à la modération et pense même que c'est indispensable !**

L'étude a également permis de mettre en évidence le **lien entre la modération et l'adhésion d'un internaute à une page Facebook de marque**. En effet, les internautes sont moins enclins à liker une page qui n'est pas modérée. **Ne pas modérer sa page constitue donc un frein à l'augmentation du nombre de fans.**

De plus, ne pas modérer sa page revient à **perdre les interactions de plus du tiers des internautes les plus actifs**. Quand on sait que la communauté s'appuie sur un noyau dur, il est impératif de maximiser les interactions avec ces internautes. Comme le montre cette étude, loin d'être seulement un mal nécessaire, **la modération constitue un levier pour le taux d'engagement d'une page fan de marque.**

Annexe : Détail des calculs

Question de filtrage : Êtes-vous actif sur Facebook ?

Oui	501	49.9%
J'ai un compte mais je ne suis pas actif	187	18.6%
Je ne suis pas inscrit(e) sur Facebook	316	31.5%

⇒ Internauts actifs sur Facebook : $501 / 1004 = 49,90\%$.

Question 1, posée aux 501 internautes actifs sur Facebook : Connaissez-vous des pages fan de marque sur Facebook ? (ex : la page Facebook d'Oasis, de Nutella, d'Orange...) :

Oui et j'ai déjà liké au moins une de ces pages et laissé un commentaire	128	25.5%
Oui et j'ai déjà ' liké ' au moins une de ces pages mais jamais laissé de commentaire	161	32.1%
Oui, j'ai déjà consulté une de ces pages mais je n'ai jamais liké	77	15.5%
Non	135	26.9%

% ayant déjà consulté une page Fan Facebook : $(128 + 161 + 77) / (128 + 161 + 77 + 135) = 73\%$ des actifs sur Facebook

% ayant déjà liké une page : $(128 + 161) / (128 + 161 + 77 + 135) = 58\%$ des actifs sur Facebook

% ayant laissé un commentaire sur une page Fan : $128 / (128 + 161 + 77 + 135) = 25,5\%$ des actifs sur Facebook

Question 2, sur la perception de la modération : Diriez-vous :

La modération sur Facebook est nécessaire, il y a trop de débordements qui nuisent à la qualité des échanges	228	45.4%
Je peux comprendre qu'il faille parfois retirer des choses, tant que c'est fait avec discernement	200	39.9%
Facebook est un espace de liberté, rien ne devrait être retiré, même sur une page fan de marque	56	11.1%
Pas d'avis / Ne se prononce pas	18	3.6%

Internautes en faveur de la modération : $(228 + 200) / (228 + 200 + 56 + 18) = 85\%$

Internautes qui considèrent que rien ne devrait être supprimé : $56 / (228 + 200 + 56 + 18) = 11\%$

Croisement entre la question 2 et la question 1 :

Tri croisé entre la question 2 (perception de la modération) et la question 1 (interactions avec une page Fan Facebook).

Calcul de la répartition des réponses concernant la perception de la modération (question 2) pour les 161 personnes ayant déjà liké mais pas commenté de page de Fan Facebook :

La modération sur Facebook est nécessaire, il y a trop de débordements qui nuisent à la qualité des échanges	77	48%
Je peux comprendre qu'il faille parfois retirer des choses, tant que c'est fait avec discernement	70	43%
Facebook est un espace de liberté, rien ne devrait être retiré, même sur une page fan de marque	10	6%
Pas d'avis / Ne se prononce pas	4	3%

Pourcentage d'internautes favorables à la modération parmi ceux ayant déjà liké une page sans laisser de commentaire : $(77 + 70) / (77 + 70 + 10 + 4) = 91\%$

Question 3 : Imaginez que vous découvrez la page fan Facebook de l'une de vos marques favorites. Mais il n'y a pas de modération sur cette page. Diriez-vous:

Je vais sûrement la "liker" et laisser des commentaires	64	12.8%
Je vais sûrement la "liker" mais ne laisserais pas de commentaires	121	24.2%
Je vais seulement la consulter, sans "liker"	160	31.9%
Je ne consulterais pas cette page fan Facebook	85	16.9%
Pas d'avis / Ne se prononce pas	71	14.2%

% enclins à liker la page de leur marque favorite même si elle n'est pas modérée : $(121 + 64) / (160 + 121 + 85 + 71 + 64) = 37\%$

% enclins à commenter la page de leur marque favorite même si elle n'est pas modérée : $64 / (160 + 121 + 85 + 71 + 64) = 13\%$

1^{er} tri croisé entre la question 1 et la question 3 :

Calcul de répartition des réponses à la question 3 pour les 128 internautes ayant déjà commenté une page Fan Facebook :

Je vais sûrement la "liker" et laisser des commentaires	47	37%
Je vais sûrement la "liker" mais ne laisserais pas de commentaires	36	28%
Je vais seulement la consulter, sans "liker"	24	19%
Je ne consulterais pas cette page fan Facebook	8	6%
Pas d'avis / Ne se prononce pas	13	10%

% qui pensent que, cette fois, ils ne vont pas commenter la page de leur marque favorite si elle n'est pas modérée : $(36 + 24 + 8 + 13) / (47 + 36 + 24 + 8 + 13) = 63\%$

% qui pensent qu'ils n'auront, cette fois, aucune interaction avec la page de leur marque favorite si elle n'est pas modérée : $(24 + 8 + 13) / (47 + 36 + 24 + 8 + 13) = 35\%$

2^e tri croisé entre la question 1 et la question 3 :

Calcul de répartition des réponses à la question 3 pour les 289 internautes ayant déjà liké une page Fan Facebook :

Je vais sûrement la "liker" et laisser des commentaires	55	19%
Je vais sûrement la "liker" mais ne laisserais pas de commentaires	113	39%
Je vais seulement la consulter, sans "liker"	66	23%
Je ne consulterais pas cette page fan Facebook	23	8%
Pas d'avis / Ne se prononce pas	32	11%

Internautes qui pensent qu'ils vont liker la page de leur marque favorite si elle n'est pas modérée : (55 + 113) / (55 + 113 + 66 + 23 + 32) = 58%

A propos de Netino :

Netino est l'acteur de référence dans la **modération Web 2.0** et la **Relation Client Digitale**.

En tant que **spécialiste**, Netino s'appuie sur :

- Un véritable savoir-faire dans le **recrutement, la formation et l'encadrement** d'opérateurs qualifiés, pour modérer et interagir avec la communauté jusqu'à 24h/24, 7j/7 (ou uniquement soirs & WE), en 10 langues.
- Un outil propriétaire, **Moderatus**, qui filtre, analyse et répartit les flux d'informations à traiter et permet d'engager la conversation avec la Communauté.

Plus de 60 clients grands comptes actifs.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur notre site internet <http://netino.fr> ou contactez-nous par mail (information@netino.com) ou par téléphone : 01-41-45-65-65.

Contact presse :

Laurent Amar
presse.laurentamar@gmail.com
06-82-29-36-36