

## THESIS / THÈSE

### MASTER EN SCIENCES DE GESTION

#### Les médias sociaux amènent-ils à lire?

#### Analyse de l'intention comportementale de lecture de livres basée sur la théorie du comportement planifié

Sizaire, Amandine

*Award date:*  
2019

*Awarding institution:*  
Universite de Namur

[Link to publication](#)

#### General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

#### Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.



## **Les médias sociaux amènent-ils à lire?**

**Analyse de l'intention comportementale de  
lecture de livres basée sur la théorie  
du comportement planifié**

**Amandine SIZAIRE**

**Directeur: Prof. A. DECROP**

Mémoire présenté en vue de l'obtention du titre de  
Master 120 en Sciences de gestion,  
à finalité spécialisée

**ANNÉE ACADÉMIQUE 2018-2019**

## **Avant-propos**

Ce travail de recherche et d'études est l'aboutissement de mon master en sciences de gestion à l'université de Namur. Je tiens donc à remercier toutes les personnes qui ont contribué à l'élaboration de ce mémoire.

Je tiens d'abord à remercier mon promoteur, Alain Decrop, pour ses conseils et son intérêt dans le domaine des médias sociaux.

J'adresse également mes remerciements à Dorothée Dillon pour son aide et sa disponibilité durant l'élaboration de ce travail.

Je remercie aussi toutes les personnes qui ont pris part à mes entretiens, dont particulièrement Natacha, Fiona, Marie-Camille, Anaïs, Patricia, Lucille, Morgane, Jade, Kévin et Thibault pour le temps qu'ils ont consacré à répondre à mes questions. Mais également, toutes les personnes qui ont partagé et répondu à mon étude quantitative.

Je souhaiterais enfin remercier ma famille et mes amis pour le soutien moral et les encouragements qu'ils m'ont apportés durant la rédaction de ce mémoire.

# Table des matières

Avant-propos.....	1
Introduction.....	5
Première partie : contexte théorique.....	7
Chapitre 1 : Évolution du web et de ses usages .....	7
1.1 Évolution du web : d'un web cognitif à un web participatif .....	7
1.1.1 Le web 1.0.....	7
1.1.2 Le web 2.0.....	8
Chapitre 2 : Comportement du consommateur face à l'évolution du web.....	10
2.1 Définition du comportement du consommateur .....	10
2.1.1 Les facteurs individuels / internes.....	10
2.1.2 Les facteurs environnementaux / externes .....	12
2.2 La connectivité du consommateur .....	14
2.2.1 La connectivité des Belges.....	15
Chapitre 3 : Web 2.0 en tant qu'instigateur d'une économie de la contribution.....	16
3.1 Présence sociale .....	16
3.1.1 Les facteurs de la présence sociale .....	17
3.2. Multiplication des recommandations sur internet .....	17
3.2.1 Les formes de recommandations sur internet .....	17
3.3 Éléments émergents de l'économie de la contribution.....	18
3.3.1 User Generated Content (UGC).....	18
3.3.2 Les communautés en ligne.....	19
3.3.3 Les influenceurs .....	20
3.4 Définition de l'économie de la contribution.....	21
Chapitre 4 : Typologie des médias sociaux.....	22
4.1 Définition des médias sociaux .....	22
4.2 Cartographie des médias sociaux .....	23
4.3 Typologie des médias sociaux.....	24

4.3.1 Les forums et les wikis .....	24
4.3.2 Les sites de réseau et d'échange de contenu .....	25
4.3.3 Les mondes immersifs et les jeux multijoueurs .....	25
4.3.4 Les blogs .....	25
Chapitre 5 : Les livres – définition et marché .....	30
5.1 Type de biens .....	30
5.2 Vecteurs de choix .....	30
5.2.1 Le bouche-à-oreille .....	31
5.3 Recherches d'avis littéraires en ligne .....	32
5.4 Le marché du livre en Europe.....	34
5.5 Le marché du livre en langue française en Belgique .....	36
5.5.1 Part de marché.....	36
5.5.2 Profil des lecteurs.....	38
Partie 2 : Méthodologie d'enquête et résultats .....	40
Chapitre 6 : Cadre général.....	40
6.1 Question de recherche .....	40
6.2 Cadre général de recherche.....	41
6.3 Hypothèses de recherche .....	42
6.3.1 Attitude envers l'avis des internautes .....	43
6.3.2 Pression sociale perçue par les lecteurs et les influenceurs .....	43
6.3.3 Contrôle perçu sur le comportement de lecture .....	45
6.4 Étape des études menées.....	46
6.4.1 Étude qualitative .....	46
6.4.2 Une étude quantitative .....	49
Chapitre 7 : Analyse des données .....	52
7.1 Analyse du discours des blogueurs interrogés.....	52
7.1.1 Profil des participants .....	52

7.1.2 Raisons de bloguer .....	52
7.1.3 Sujet du blog .....	54
7.1.4 Promotion du blog.....	55
7.1.5 Comportement de "blogging" .....	56
7.1.6 Avantages et désavantages.....	58
7.1.7 Attachement des blogueurs .....	60
7.1.8 Avenir du blogging .....	61
7.1.9 Impact sur la vie personnelle .....	62
7.1.10 Revenu et dépenses .....	62
7.2 Analyse des données de l'étude quantitative .....	63
7.2.1 Profil des répondants.....	63
7.2.2 Présence sur internet .....	63
7.2.3 Comportement de lecture .....	67
7.2.4 Le contrôle perçu sur le comportement de lecture.....	71
7.2.5 Pression sociale perçue par les lecteurs et les influenceurs .....	72
7.3 Conclusion des études et recommandations managériales .....	76
Conclusion.....	81
Bibliographie.....	84
Table des illustrations.....	90
Annexes.....	94

## Introduction

Dans un monde où internet prend de plus en plus d'ampleur, les réseaux sociaux sont devenus un média à part entière. En Belgique, 7.5 millions d'internautes sont présents sur Facebook (We are social, 2018<sup>1</sup>). En effet, internet est devenu une source d'informations importante pour les consommateurs. « Dans de nombreux pays, le consommateur, présent sur le point de vente, utilise son téléphone mobile pour comparer les prix et valider ses préférences. « La *connectivité* mobile permet aux clients de bénéficier du bon sens de chaque consommateur et de prendre de meilleures décisions d'achat » (Kotler et al., 2017, p27). Le consommateur recherche donc l'information, mais il est également un créateur de contenu (Filip et al., 2008).

À travers les « *user generated content*<sup>2</sup> », l'internaute a la possibilité de créer, diffuser, partager et commenter des contenus sur les plateformes web comme les réseaux sociaux et les blogs. L'influence des recommandations en ligne est notamment déterminée par la présence sociale du média utilisé (Ardelet et Brial, 2011). Par exemple, Facebook, en tant que réseau socionumérique, dont l'objectif est de favoriser la rencontre et la mise en relation de personnes selon des critères prédéfinis, est un média avec une présence sociale importante. Les internautes se sentent proches psychologiquement à travers Facebook, donc les recommandations émises à travers ce média auront une plus grande influence envers les consommateurs, comme nous le découvrirons dans ce travail.

De plus, les nouvelles technologies ont permis la multiplication des formes de participation des internautes dans tous les domaines. Les systèmes de recueil de notes et d'avis de consommateurs font partie de ces dispositifs de participation » (Beauvisage et al., 2013). Ainsi que les communautés en ligne qui se sont fortement développées ces 20 dernières années. Il en existe plusieurs types avec, au centre de chacune d'elle, un thème, une passion ou un rêve. Les plateformes digitales favorisent notamment un sentiment d'appartenance des individus à une communauté (Richardson, 2015).

---

<sup>1</sup> We are social est une agence de communication internationale qui chaque année émet un rapport annuel de sur l'état du digital dans le monde en collaboration avec Hootsuite. Hootsuite est un outil de gestion de réseaux sociaux. Dans ce rapport, ils utilisent de nombreuses sources incluant des études de marché, des statistiques par pays, etc. <https://wearesocial.com/fr/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

<sup>2</sup> Contenu créé par l'utilisateur

Internet est donc devenu un outil de diffusion et de partage. En 2015, nous avons décidé de créer un blog pour parler de nos lectures. L'objectif était de partager avec des personnes qui aiment les livres, mais également de trouver de nouvelles idées littéraires. En même temps, nous avons ouvert une page Instagram sur le même sujet. C'est à cette période que nous avons réalisé l'influence que les réseaux sociaux peuvent avoir sur le choix de lecture. Le conformisme social évoqué par Kotler (2017) est clairement identifiable sur Instagram. En 2016, il y eut un mouvement conformiste de la part des lecteurs pour « La fille du train » de Paula Hawkins. Notre fil d'actualité était, à cette époque, rempli de photos et d'avis concernant ce thriller et évidemment, nous avons succombé à la tendance.

Cette constatation nous a menés à nous interroger sur l'influence des réseaux sociaux et des blogs sur les lectures d'un individu. Nous nous sommes également demandé si un média social est plus influent qu'un autre pour parler de ses lectures. En effet, les livres étant des biens d'expériences, le consommateur ne connaît pas la satisfaction qu'il retirera de sa lecture avant de lire effectivement le livre (Marion, 2007). C'est pourquoi, l'avis des autres a un impact sur son choix. De plus, la qualité des critiques influence également les ventes de livres (Chevalier et Mayzlin, 2006).

Ce mémoire a donc pour objectif de déterminer si les médias sociaux amènent à lire en observant, notamment, l'influence des recommandations faites sur les blogs et les réseaux sociaux. Ce travail est divisé en deux parties. La première est composée de cinq chapitres et aborde dans un premier temps les concepts théoriques de l'évolution du comportement du consommateur face à une économie de la contribution, influencée, elle-même, par l'évolution de l'usage que font les consommateurs du web. Il aborde dans un second temps, l'évolution du marché du livre en langue française.

La deuxième partie de ce travail est composée de deux chapitres et est dédiée à la présentation de notre méthodologie de recherche et des résultats obtenus, d'une part, d'une étude qualitative et, d'autre part, d'une étude quantitative. Toutes ces recherches nous conduisent à des pistes de réflexion que nous mentionnerons dans une conclusion.

# Première partie : contexte théorique

## Chapitre 1 : Évolution du web et de ses usages

Il existe 3 raisons principales qui poussent les consommateurs à utiliser internet : l'information, le divertissement et les aspects sociaux (Stafford et al., 2004). L'information englobe les données statistiques, les connaissances ou les actualités (Bougnoux, 1995). Le divertissement peut prendre de nombreuses formes comme la lecture, le sport et le cinéma. Avec l'apparition d'internet et plus particulièrement avec l'arrivée du web 2.0, le divertissement a pris une nouvelle dimension digitale. Les aspects sociaux se sont également développés avec l'apparition des réseaux sociaux.

### 1.1 Évolution du web : d'un web cognitif à un web participatif

#### 1.1.1 Le web 1.0

La première génération du web, dénommé "web 1.0", est apparue en 1993. Il liait des pages statiques<sup>3</sup> via des liens hypertextes<sup>4</sup>. Le web 1.0 se caractérisait par la distribution d'informations. En effet, il a fait ses débuts en tant que transmetteur d'informations pour les entreprises et les scientifiques afin de diffuser les nouvelles découvertes et transmettre des données via de simples fichiers texte. À cette époque, il existait peu de créateurs de contenu et peu d'utilisateurs. Les interactions des internautes étaient limitées et fonctionnaient essentiellement sur un système cognitif. C'est-à-dire, nous étions dans un système unidirectionnel de distribution d'informations avec un consommateur passif (Aghaei et al., 2012). Pour résumé, la fonction du web 1.0 était d'accéder facilement à des données et des connaissances. Les principaux outils de communication utilisés entre les internautes durant l'ère du web 1.0 étaient les emails et les forums. Par la suite, la notion de "web" s'est largement développée passant d'un web cognitif à un web plus social (Aghaei, al., 2012).

---

<sup>3</sup> Page statique : « Une page web statique est une page web dont le contenu ne varie pas en fonction des caractéristiques de la demande, c'est-à-dire qu'à un moment donné tous les internautes qui demandent la page reçoivent le même contenu. » Wikipédia, page visionnée le 18/05/2019

<sup>4</sup> Lien hypertexte : « Un hyperlien ou lien hypertexte ou lien web ou simplement lien, est une référence dans un système hypertexte permettant de passer automatiquement d'un document consulté à un document lié. Les hyperliens sont notamment utilisés dans le World Wide Web pour permettre le passage d'une page Web à une autre à l'aide d'un clic. » Wikipédia, page visionnée le 18/05/2019

## 1.1.2 Le web 2.0

La notion du web 2.0 est apparue en 2004 dans une convention réalisée par l'agence O'Reilly et MediaLive International<sup>5</sup>. Le web 2.0 se définit comme la conception de systèmes qui utilisent les réseaux sociaux pour mettre à profit "*l'intelligence collective*" (O'Reilly, 2005). Le web 2.0, donc, ne remplace pas le web 1.0, il le complète. Le web n'est plus uniquement un "*distributeur d'informations*", il est maintenant axé sur les personnes. Nous sommes sur un web collaboratif. En effet, en permettant aux internautes de lire et de créer du contenu, le web est devenu un système bidirectionnel (O'Reilly, 2005) où les consommateurs interagissent entre eux, se rencontrent et donnent leur avis. C'est avec l'émergence de ce nouveau web que les réseaux sociaux et les blogs ont fait leur entrée comme outils de communication à part entière. C'est pourquoi il nous semble important de le décrire davantage.

### 1.1.2.1 Caractéristiques du web 2.0

Le web 2.0 est l'instigateur d'une dimension de partage et d'échange de contenus en ligne, à travers des textes, des photos, des liens et des vidéos. L'avis du consommateur est constamment sollicité et celui-ci désire à son tour donner son avis. Cette seconde évolution du web se caractérise par 5 éléments : l'intelligence collective, les contenus générés par les utilisateurs, les flux RSS, les applications riches en ligne, les Mash-ups et les Wiggets (Filip, et al., 2008).

Tout d'abord, **l'intelligence collective** désigne l'ensemble des capacités intellectuelles d'une communauté mises en relation via internet dans un but commun. Internet tisse des liens entre les utilisateurs, sans qu'une présence physique ne soit nécessaire, créant des collectifs de toute taille, géolocalisés ou globaux. Avec la création de contenu généré par les utilisateurs ou **User Generated Content** en anglais, l'internaute est passé d'un rôle de consommateur d'informations à un rôle de créateur d'informations. De là, est introduit une nouvelle dimension où la navigation des consommateurs devient personnalisée selon leurs abonnements, habitudes et leurs précédentes pages consultées. La personnalisation

---

<sup>5</sup> « O'Reilly Media est une maison d'édition américaine, fondée par Tim O'Reilly en 1978, et dont l'activité principale est la publication de livres concernant l'informatique ». Wikipédia, page visionnée le 08/06/2019

« Medialive International Inc. produit, gère et fait la promotion de salons, conférences et autres événements pour le secteur des technologies de l'information ». Bloomberg, page visionnée le 08/06/2019

d'internet a été possible grâce aux **flux RSS**, notamment avec les cookies, par exemple, qui enregistrent sur le disque dur personnel de l'internaute ses préférences en termes de navigation afin de faciliter ultérieurement son utilisation des sites. On a également vu apparaître des **applications** riches en ligne qui avant nécessitaient d'être installées sur un ordinateur et qui à présent sont également accessibles en ligne comme Google Drive<sup>6</sup> ou l'agenda. Les **Mash-ups** et les **Widgets** ont aussi suivi. Les Mach-ups offrent la possibilité à tout le monde de créer sans connaissance spécifique un nouveau contenu à partir d'éléments de plusieurs sources différentes. Le plus connu est Google Maps<sup>7</sup>. Il est utilisé sur de nombreux sites de tourisme pour faciliter la géolocalisation des hôtels ou éléments touristiques (Trivago, par exemple). Les Widgets, quant à eux, permettent d'aider le blogueur à créer et alimenter une communauté et personnaliser un site. Ils peuvent prendre diverses formes comme afficher les dernières vidéos d'une page YouTube sur son site, mentionner les témoignages des clients, etc. Avec toutes ces composantes, il est aisé de comprendre qu'aujourd'hui le consommateur devient de plus en plus imprévisible, ce qui pousse les marketeurs à adapter leurs techniques de vente et leurs produits pour atteindre leur cible. On constate donc un changement profond de comportement.

---

<sup>6</sup> Google Drive : « Google Drive est un service de stockage et de partage de fichiers dans le cloud lancé par la société Google ». Wikipédia, page visionnée le 18/05/2019

<sup>7</sup> Google Maps : « Google Maps est un service de cartographie en ligne. Le service a été créé par Google. » Wikipédia, page visionnée le 18/05/2019

# **Chapitre 2 : Comportement du consommateur face à l'évolution du web**

## **2.1 Définition du comportement du consommateur**

Au départ, le comportement du consommateur peut être défini comme la manière d'être, d'agir et de réagir d'un consommateur (Kotler, et al., 2012). Ce comportement diffère d'un individu à l'autre en fonction des facteurs propres à l'individu et des facteurs environnementaux. On constate qu'aujourd'hui les individus fixent eux-mêmes leurs normes et « les phénomènes de mode s'amplifient et s'appliquent à tous les secteurs (...). Les individus expriment leur identité au travers de ce qu'ils ont, utilisent ou consomment » (Decrop, 2008, p86). Ils sont de plus en plus enclins à vivre à travers l'imitation et la simulation d'une réalité. Cette tendance s'est accrue avec l'émergence en masse des médias sociaux suite à l'évolution du web. Elle est également l'instigatrice du besoin de partager et d'embellir les événements de notre vie autour de nous. Nous pouvons le constater dans de nombreux exemples qui se reflètent sur les photos, vidéos, articles que les internautes publient sur les plateformes sociales. Il est impensable aujourd'hui pour certains d'aller au restaurant sans publier une photo de son plat sur Instagram et donner une note à l'établissement via Tripadvisor ou Facebook. Ce phénomène peut également s'observer dans le monde du livre. Certains lecteurs connectés partagent les livres qu'ils ont dénichés sur des applications ou sur les réseaux sociaux. En plus de ce comportement, on constate aussi qu'à l'ère du digital les facteurs internes et externes d'influence du consommateur ont muté.

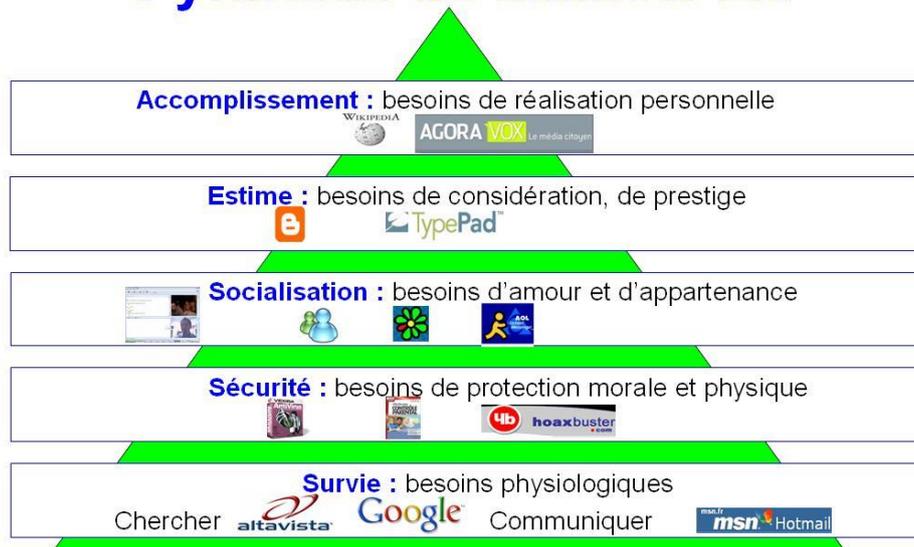
### **2.1.1 Les facteurs individuels / internes**

#### ***2.1.1.1 Les besoins et les motivations***

Rappelons que les besoins varient d'un individu à un autre selon plusieurs critères regroupés au sein d'une pyramide hiérarchique constituée de 5 niveaux : les besoins physiologiques ; le besoin de sécurité ; le besoin d'appartenance ; le besoin d'estime ; et le besoin d'épanouissement (Maslow, 1970). Selon Maslow, un individu cherchera à satisfaire un besoin d'un niveau supérieur que si ceux des niveaux inférieurs sont satisfaits. La motivation, quant à elle, est le fruit de l'activation d'un besoin. Elle constitue une force qui conduit l'individu à agir (Brée, 2017).

Cette théorie peut être adaptée à l'usage du web. Avec une nouvelle utilisation d'internet, les individus ont vu leurs besoins adaptés à une ère digitale. Dans notre société, les besoins ont évolué avec les évolutions technologiques. Pour preuve, l'accès à internet est considéré par la génération Y et Z<sup>8</sup> comme tout aussi primordial qu'un accès à l'eau ou à la nourriture. En parallèle, l'accès à la technologie, par l'intermédiaire des smartphones, notamment, provoque un sentiment de sécurité. Effectivement, les parents peuvent à tout moment être en contact avec leurs enfants à l'aide de leur téléphone portable, par exemple, et sont ainsi rassurés. Mais il est clair que l'on assiste à un phénomène de mutation des besoins comme le démontre Stéphane Guerry en fournissant une analyse des apports du web 2.0 selon les types de besoins en adaptant la pyramide de Maslow à l'ère digitale.

## Pyramide de Maslow 2.0



*Figure 1.1 : Stéphane Guerry, Pyramide de Maslow 2.0, 2006*

L'évolution des besoins de la pyramide de Maslow avec l'émergence du web est particulièrement observable dans les trois derniers socles de la pyramide. Le besoin d'appartenance s'est démultiplié par l'usage des réseaux sociaux. Les membres d'une communauté, sur un réseau social, tissent entre eux des liens et les maintiennent à travers ce réseau. En ce qui concerne le besoin d'estime, le web 2.0 a offert la possibilité au monde de

<sup>8</sup> La génération Y correspond aux individus nés entre 1980 et 1996. Ils ont connu les débuts d'internet et grandit avec le développement d'internet, on les nomme « digital native ». La génération Z correspond aux individus nés à partir de 1996, ils n'ont pas connus un monde sans internet.

s'exprimer aisément sur tous les sujets. Les blogs sont, par exemple, un moyen d'expression efficace pour combler le besoin d'estime. Enfin, le besoin d'épanouissement se développe dans l'usage que font les individus d'internet, par exemple, la participation d'un individu à une page wiki peut lui fournir un grand sentiment d'épanouissement personnel.

### ***2.1.1.2 La personnalité et l'image de soi***

La personnalité est personnelle à chaque individu. C'est un ensemble d'éléments propres à l'individu lui garantissant de donner une réponse cohérente à un stimulus de l'environnement (Kassarjian et Scheffet, 1991).

« La plupart des objets que l'on possède, ou que l'on aimerait posséder, se définissent principalement au travers des connotations symboliques qu'ils véhiculent pour nous et pour les autres. Quelqu'un se caractérise autant par ce qu'il possède ou par les gens qu'il fréquente que par son physique ou ses dimensions psychologiques. On va donc chercher, au travers la consommation, à rester cohérent avec l'image que l'on a de soi-même, ou plus exactement avec celle que l'on souhaite donner » (Bouchra BOURADI, 2010). Internet a démultiplié le besoin de développer son « *soi social* ». Rappelons que le « *soi social* » est le résultat des interactions que nous avons avec d'autres membres de la société (Freud, 1923).

### ***2.1.1.3 Le style de vie***

Le style de vie correspond à des types d'individus partageant des valeurs, comportements et opinions permettant d'expliquer en partie leur comportement (Lendrevie et Lévy, 2013). Le style de vie a évolué avec l'émergence et le développement des nouvelles technologies. « Elles ont envahi la vie personnelle des individus, transformé leurs manières de vivre, de penser, de chercher, de s'informer, de communiquer, d'échanger, de travailler et même de consommer (Burgorgue-Larsen, 2009, p65).

## **2.1.2 Les facteurs environnementaux / externes**

### ***2.1.2.1 Les groupes sociaux et la famille***

Aristote considérait l'homme comme un animal social qui a besoin de communiquer et partager avec ses pairs. C'est de ce besoin de sociabilité que les groupes sociaux sont nés. Le terme groupe désigne un certain nombre d'individus, entre lesquels des relations existent de telle manière que l'on doit les considérer ensemble (Small, 1905). Pour définir de manière plus précise la notion de groupe, nous allons nous baser sur la définition de **groupes sociaux**.

Les groupes sociaux directs (la famille et les amis) et les groupes sociaux indirects (la société et la culture) sont régis par des normes, des idées, des symboles et des comportements qui expliquent en partie le comportement de consommation des individus. Merton (1965) apporte trois critères permettant de comprendre le concept de groupe d'appartenance :

1. les individus ont des rapports sociaux (des interactions) qui obéissent à des règles préétablies ;
2. ils se définissent eux-mêmes comme membres du groupe ;
3. et ils sont désignés par les autres comme membres du groupe.

Il fut démontré que le poids des groupes est élevé sur le choix du consommateur si le produit est utilisé en public et plus faible si le produit est utilisé en privé (Bearden, Etzel , 1982). À nouveau, internet a participé à l'élargissement de la notion de groupes sociaux. Les individus à travers le web se regroupent autour d'une passion ou d'un thème créant entre eux de nouvelles relations.

#### ***2.1.2.2 Les leaders d'opinion***

Les leaders d'opinion sont des experts, des médecins, des stars, des égéries, toute personne considérée comme experte dans son domaine, qui exercent à travers un média une influence sur d'autres personnes. Le leader d'opinion est souvent considéré comme crédible. Dans le domaine littéraire, les leaders d'opinion étaient avant le web 2.0, des auteurs ou des critiques littéraires experts, mais avec l'émergence des médias sociaux, des leaders d'opinion d'un autre genre sont apparus. (cf. Les influenceurs ci-après).

#### ***2.1.2.3 La culture***

On suppose aisément que les individus se regrouperont en fonction des idées et valeurs qu'ils partagent. « Chaque culture fonctionne selon son propre système de valeurs et ses membres se comportent selon les règles qui sont appropriées dans une situation donnée » (Bollinger, et al., p.27). La culture correspond à l'ensemble des traits communs et des pratiques d'une société ou d'un groupe. L'usage des réseaux sociaux varie selon les caractéristiques socioculturelles des individus. L'appartenance ethnique et la classe sociale ont, notamment, contribué au choix de jeune américain entre deux réseaux sociaux Facebook et MySpace (Boyd, 2007). Les réseaux sociaux ont la faculté de renforcer l'aspect communautaire, d'où le succès de sites spécialisés.

## 2.2 La connectivité du consommateur

À l'heure actuelle, 53% de la population mondiale est présente sur internet et 42% est active sur les réseaux sociaux comptabilisant 3.19 milliards de personnes, c'est ce que nous révèle le rapport digital 2018 publié par We Are Social et Hootsuite<sup>9</sup>. De plus, les femmes seraient plus amenées à utiliser les réseaux sociaux que les hommes, un état globalisé à tous les pays européens. Les hommes quant à eux préfèrent s'informer des actualités en ligne (Eurostat « Internet habits », 2017<sup>10</sup>).

La croissance de la *connectivité*<sup>11</sup> depuis plusieurs années est telle qu'elle a engendré de multiples modifications du comportement du consommateur.

Avec l'arrivée du marketing 4.0 évoquée par Kotler et al. (2017) les marques et les entreprises doivent pouvoir naviguer sur les eaux de plus en plus connectées des consommateurs. Le parcours d'achat des clients se voit aujourd'hui numériquement transformé en prenant en considération l'avis des pairs. Nous sommes dans une ère où le bouche-à-oreille a plus d'impact que les autres moyens de communication. C'est pourquoi l'effet du partage d'opinion est démultiplié. Le marketing d'influence évolue constamment, principalement grâce à la croissance de l'audience des influenceurs digitaux.

D'après Kotler et al., avec la *connectivité* qui existe aujourd'hui, le conformisme social prend plus d'importance. Le consommateur se préoccupe de l'opinion des autres et partage la sienne à l'aide des outils fournis par les développements technologiques et internet. La *connectivité*, à elle seule, impacte significativement le comportement du marché. « Dans de nombreux pays, le consommateur, présent sur le point de vente, utilise son téléphone mobile pour comparer les prix et valider ses préférences. La *connectivité* mobile permet aux clients de bénéficier du bon sens de chaque consommateur et de prendre de meilleures décisions d'achat » (Kotler et al., 2017, p27). Ses décisions d'achat sont basées principalement sur les avis d'une communauté à laquelle le consommateur s'identifie.

---

<sup>9</sup> We are social est une agence de communication internationale qui chaque année émet un rapport annuel de sur l'état du digital dans le monde en collaboration avec Hootsuite. Hootsuite est un outil de gestion de réseaux sociaux. Dans ce rapport, ils utilisent de nombreuses sources incluant des études de marché, des statistiques par pays, etc. Lien vers l'étude : <https://wearesocial.com/fr/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

<sup>10</sup> Lien vers le site : <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/womenmen/bloc-3c.html?lang=en>

<sup>11</sup> Représente le nombre de personne connecté à internet.

### **2.2.1 La connectivité des Belges**

Sur 10.20 millions de Belges qui utilisent internet, 7.5 millions sont actifs socialement parlant sur internet. Une augmentation de 9% par rapport à 2017 (+6000 personnes en plus). Nous pouvons également observer que 6.3 millions de personnes utilisent les réseaux sociaux sur leur smartphone. Les principaux réseaux sociaux utilisés sont Facebook en première position avec 7.5 millions d'utilisateurs. YouTube arrive en deuxième position, suivi de Facebook Messenger, WhatsApp, Instagram et Snapchat. De plus, les Belges passent, en moyenne, 5 heures 3 minutes sur internet par jour, tous supports confondus, dont 1 heure 34 minutes sur les réseaux sociaux. (We Are Social, Hootsuit, 2018).

## **Chapitre 3 : Web 2.0 en tant qu'instigateur d'une économie de la contribution**

### **3.1 Présence sociale**

Ardelet et Brial (2011) ont étudié l'influence des recommandations en ligne selon le rôle de la présence sociale du média et de l'expertise du prescripteur. Leurs conclusions sont que concernant les recommandations en ligne, « la présence sociale est un plus fort levier de persuasion que l'expertise », « les internautes sont plus influents que les sources institutionnelles lorsqu'ils semblent proches psychologiquement (...) » La proximité psychologique peut être sociale, spatiale ou temporelle (Short et al., 1976). Ainsi, « l'internaute doit avoir l'impression qu'il discute avec une personne qui lui ressemble, qui partage les mêmes opinions que lui, et qui lui donne des conseils pertinents au regard de ses attentes ». Par contre, si le prescripteur paraît distant, c'est-à-dire que son interlocuteur ne se sent pas proche psychologiquement, « alors les recommandations n'ont pas plus d'impact que celles d'articles de type journalistique » provenant d'experts (Ardelet et Brial, 2011).

La présence sociale se définit alors comme la capacité subjective d'un média à transmettre des signaux sociaux entre deux interlocuteurs (Short, et al., 1976) et diffère selon le média utilisé. Les vidéos (la télévision) sont par exemple perçues comme ayant un degré de présence sociale plus élevé, contrairement à d'autres médias tels que l'audio (la radio) (Ardelet et Brial, 2011). Le degré de présence sociale a alors un impact sur la perception des interlocuteurs du média. En effet, un média avec une présence sociale importante sera vu comme plus personnel, plus proche qu'un média avec une présence sociale faible. Short, Williams, et Christie insistent sur l'aspect subjectif de la présence sociale. Celle-ci varie selon les individus, leurs caractéristiques individuelles, mais également la distance psychologique perçue (Wiener et Mehrabian, 1968). La présence sociale est donc un facteur prédictif significatif de la satisfaction du public (Gunawardena et Zittle, 1997). Ainsi, celle ressentie par les internautes sur les réseaux sociaux donne aux individus un sentiment de proximité avec les autres. De la sorte, qu'ils ont l'impression d'échanger avec une personne comme si celle-ci se trouvait à côté d'eux en temps réel (Hassanein et Head, 2007). La présence sociale réduit la distance spatiale entre les individus (Short et al., 1976).

### **3.1.1 Les facteurs de la présence sociale**

L'intimité et l'impact immédiat correspondent aux deux facteurs antécédents de la présence sociale d'un média (Short, al., 1976). Premièrement, nous allons définir **l'intimité**. Elle correspond au sentiment de proximité et d'appartenance que deux personnes peuvent ressentir l'une avec l'autre. Elle peut être influencée par un certain nombre de facteurs, tels que la distance physique, le contact visuel, le sourire, le langage du corps et des sujets de conversation potentiels (Argyle et Dean, 1965). Elle est créée par l'interprétation des signaux non verbaux, que ce soit en face à face ou à travers un média. Deuxièmement, nous allons nous intéresser à **l'impact immédiat** qui correspond, quant à lui, à l'urgence ou l'importance d'un échange. C'est une mesure de la distance psychologique qu'un communicateur met entre lui-même et l'objet de sa communication (Cobb, 2009).

## **3.2. Multiplication des recommandations sur internet**

Les nouvelles technologies ont permis la démultiplication des formes de participation des internautes dans tous les domaines. « Ces contributions sont généralement gratuites et leur assemblage donne lieu à la constitution de biens informationnels publics librement accessibles (encyclopédies, bases de données de vidéos, de photos, news, expertise, etc.). Les systèmes de recueil de notes et d'avis de consommateurs font partie de ces dispositifs de participation ayant connu un succès croissant au cours de la décennie passée, au point d'être omniprésent sur le web » (Beauvisage et al., 2013, p133).

Larceneux (2007) a validé le phénomène de buzz qui peut émerger des avis des internautes. Suite à une expérimentation de terrain menée sur 534 films sur Allociné.com, l'auteur a démontré que les recommandations affichées sur le site sont corrélées de manière significative au box-office suivant la sortie du film. Donc, les avis des internautes ont un impact positif sur les entrées au cinéma. Mais d'autres études démontrent qu'ils impactent positivement également les ventes de livres. Les ventes de livres augmentent notamment avec la qualité des critiques (Chevalier et Mayzlin, 2006).

### **3.2.1 Les formes de recommandations sur internet**

Il existe sur internet trois grandes formes d'évaluation des biens et services par les internautes (Beauvisage et al., 2013, p137).

- La notation : elle est l'action d'attribuer une note ou un vote à un produit ou un service. Elle est souvent représentée par des étoiles. Une note globale est ensuite calculée à partir de l'ensemble des notes attribuées.
- Le commentaire : il correspond à la rédaction d'un avis sur un produit ou un service. Il peut être argumenté.
- La recommandation : Elle est la prescription de la part d'un consommateur d'un produit ou un service auprès d'autres consommateurs potentiels.

### **3.3 Éléments émergents de l'économie de la contribution**

#### **3.3.1 User Generated Content (UGC)**

L'une des caractéristiques fondamentales du web 2.0 et l'un des symptômes de l'économie de la contribution sont les contenus créés par les utilisateurs (ci-après "UGC"). Les UGC désignent l'ensemble des éléments créés par les utilisateurs sur internet. Ils correspondent au bouche-à-oreille électronique utilisant les médias en ligne comme moyen de communication (Manap et Adzharudin, 2013). Une grande quantité de contenus sur les réseaux sociaux comme des images, des vidéos ou des commentaires sont des UGC. Ils peuvent être générés spontanément, comme les commentaires sous un article de blog, un tweet ou une photo publiée lors d'un événement, les avis et les recommandations clients ; ou provenir d'un influenceur qui perçoit, parfois, une rémunération en échange de sa création de contenu (cf. Les influenceurs ci-après).

##### ***3.3.1.1 Le comportement des consommateurs face aux UGC***

Les UGC ont un impact considérable sur le comportement du consommateur. Leur influence s'accroît avec des recommandations et actions des groupes sociaux de l'individu et notamment les leaders d'opinion auxquels il s'identifie. En effet, comme les internautes partent du principe que le contenu diffusé a été créé par l'un des leurs, les UGC sont à leurs yeux plus fiables et authentiques que le contenu générés par les entreprises (Jonas, 2010). En théorie, ils sont censés être basés sur l'expérience personnelle des consommateurs qui n'ont aucun intérêt commercial à créer le contenu (Mir et Rehman, 2013). Néanmoins, on constatera que dans la pratique, certaines entreprises en profitent pour rémunérer des internautes pour laisser des commentaires favorables et ainsi influencer le comportement de l'internaute régulier (Mukherjee et al., 2012). Le point important à souligner ici est que les

UGC offrent par ce biais un sentiment de proximité fort entre le distributeur d'information et le receveur de l'information.

Une étude réalisée par Smartfocus<sup>12</sup> en 2016 prouve bien ce phénomène : avant d'acheter un produit ou un service, 87% des consommateurs effectuent une recherche en ligne, 7% se rendent dans un magasin et 6% privilégient le bouche-à-oreille. Concernant la recherche sur la toile, la majorité des répondants (87%) à cette même enquête affirment que les informations publiées par leurs pairs impactent significativement leur décision d'achat et 22% d'entre eux disent en tenir systématiquement compte lors de la prise de décision. De plus, 27% affirment ne faire confiance qu'aux avis émis par leurs semblables.

De plus, les individus sont de plus en plus enclins à partager eux-mêmes leurs expériences sur une marque, un produit ou un service via internet. 37% des répondants affirment partager leur avis sur internet régulièrement, 38% le font de manière occasionnelle et 25% disent ne pas le faire (Smartfocus, 2016).

### **3.3.2 Les communautés en ligne**

Avec la nouvelle tendance de partage d'opinion, on a commencé à voir se créer des communautés en ligne. Il en existe plusieurs types avec au centre de chacune d'elle, un thème, une passion ou un rêve. Les plateformes digitales favorisent un sentiment d'appartenance des individus à une communauté (Richardson, 2015).

#### ***3.3.2.1 Principe***

Le principe des communautés en ligne consiste à la contribution de chacun, sans pour autant s'adresser à une personne en particulier, mais en écrivant sur une sorte de tableau noir accessible à tous, à chaque instant (Gensollen, 2006).

#### ***3.3.2.2 Les communautés d'expérience***

Dans notre cas, les communautés de critiques qui nous intéressent sont les communautés virtuelles de lecteurs qui peuvent s'apparenter à des communautés d'intérêts, un ensemble de personnes partagent un intérêt commun (Bitouzet, 2000). En l'occurrence, certains lecteurs se regroupent autour du thème littéraire. Les livres sont des biens

---

<sup>12</sup> Smartfocus est un fournisseur de logiciel informatique. Smartfocus a mené une étude sur l'impact des contenus des UGC sur le comportement d'achat des consommateurs auprès de +860 consommateurs français en 2016.

d'expériences. « Un bien d'expérience est un bien dont le consommateur ne peut estimer facilement l'utilité avant l'achat, il ne connaît pas la satisfaction qu'il va en tirer » (Marion, 2007, p.137). Effectivement, les lecteurs potentiels tentent de deviner l'utilité qu'ils tireront du livre visé à partir des avis et critiques de ceux qui l'ont déjà lu (Gensollen, 2006).

En effet, la critique est le moyen principal évoqué par Gensollen pour régler le problème posé par les biens d'expériences. La consommation d'un livre n'est donc pas seulement un processus de destruction, mais également un processus de production (Darpy et Volle, 2003).

Parallèlement, la source de la critique est également importante. En effet, la critique peut provenir de critiques de métier (expert), du bouche-à-oreille (cercle familial) de l'entourage et des communautés (non-expert). Elles peuvent prendre plusieurs formes allant d'une cotation (Amazon avec ses étoiles) ou un commentaire jusqu'à une analyse argumentée du sujet sur plusieurs types de support (les blogs, les sites de lecteurs, etc.).

### **3.3.3 Les influenceurs**

Comme vu dans le chapitre précédent, certains commentaires ou opinions auront plus de poids que d'autres et influenceront positivement ou négativement le comportement de l'internaute face au produit.

L'influence est un processus par lequel la façon de penser d'une personne est dirigée par les actions d'un tiers (Lendrevie et Levy, 2013). En l'occurrence, le tiers, appelé aussi leader d'opinion ou influenceur, parvient par sa notoriété, son statut ou son expertise, à modifier les comportements de consommation et l'avis de son audience sur un produit ou un service à travers ses prescriptions.

Avant l'apparition d'internet, les leaders d'opinion exerçaient leur influence via la presse et les relations publiques. Avec l'évolution du web, l'influenceur électronique a fait son apparition. Il s'exprime à travers une plateforme sur internet (un blog, une chaîne YouTube, un compte sur les réseaux sociaux) sur un thème déterminé. L'influenceur digital peut être défini comme un individu actif sur les réseaux sociaux et qui, par son audience, parvient à modifier les comportements de consommation et l'avis de son audience sur un produit ou un service. Il est présent et actif sur la plupart des médias sociaux en ligne et il se répartit selon ses préférences en termes d'utilisation d'un ou plusieurs médias. Ils sont des blogueurs, des instagrameur, des YouTuber, etc.

### **3.4 Définition de l'économie de la contribution**

Les marques ont compris l'intérêt d'intégrer les influenceurs dans leurs stratégies commerciales. L'influence que des suggestions indirectes peuvent avoir sur les motivations et la prise de décision des individus, de manière aussi efficace, qu'une action directe (Thaler et Sunstein, 2012). Donc, utiliser des influenceurs est un très bon moyen de promouvoir son contenu. Ce serait même l'un des vecteurs les plus utilisés dans les prochaines années par les marques pour atteindre les consommateurs (Moloi, 2016).

Comme nous l'avons vu, les communautés en ligne se sont également développées avec les nouvelles tendances contributives des consommateurs et elles sont aujourd'hui le reflet de l'émergence de l'économie de la contribution. Cette dernière « se caractérise par le fait que l'essentiel de la valeur prend sa source dans la synthèse des formes, c'est-à-dire dans les processus sociaux qui permettent leur invention, leur perception, leur utilisation » (Gensollen, 2004, p60). Ainsi, avec le web 2.0, nous passons d'une économie de marché définie comme un système économique qui consiste à prendre les décisions (concernant la production, le prix des produits, la qualité...) en fonction de l'offre et la demande dans le cadre d'un marché libre, à une économie de la contribution qui dépasse les fonctions de production et de consommation liées au capitalisme (Béraud et Cormerais, 2011). « Les transformations technologiques et industrielles de l'ère numérique, en développant rapidement et de manière considérable les capacités de traitement et de transport de l'information, ont favorisé l'éclosion d'un vaste ensemble d'applications et de services dont l'appropriation par les utilisateurs a constitué un phénomène massif » ( Béraud et Cormerais, 2011, p163).

Dans l'économie de marché, les biens sont voués à disparaître après consommation, mais dans l'économie de la contribution, les biens subsistent de manière immatérielle et informationnelle indépendamment de toute consommation (Benkler, 2006) à travers l'avis des consommateurs publié et parfois partagé sur les médias sociaux. C'est pourquoi on peut qualifier cette nouvelle économie d'économie de la contribution puisque les utilisateurs sont à la fois consommateurs et producteurs d'informations. L'économie de la contribution désigne donc un ensemble de pratiques participatives et librement diffusées sans attendre de contrepartie. Ce développement des nouveaux usages s'est traduit par « la formation associée de communautés et de réseaux sociaux » (Beraud, 2011, p165).

# Chapitre 4 : Typologie des médias sociaux

## 4.1 Définition des médias sociaux

Les médias sociaux sont des projets collaboratifs, des blogs, des mondes sociaux virtuels. Ils regroupent des applications Internet basées sur la technologie du Web 2.0 et qui permettent de créer et d'échanger du contenu généré par les utilisateurs (Kaplan et Haenlein, 2011).

Apparu en masse aux alentours de 2003-2004, ils peuvent être caractérisés par la particularité que « les consommateurs sont ceux qui produisent, conçoivent, publient ou éditent du contenu sur le média » (Krishnamurthy et al., 2008). 4,021 milliards de personnes dans le monde utilisent internet et 3,196 milliards d'entre eux sont actifs sur les réseaux sociaux avec un temps passé en ligne qui est en moyenne de 6 heures par jour par internaute<sup>13</sup>.

Les utilisateurs utilisent les réseaux sociaux pour 4 raisons principales selon Park et al. (2009) ; la socialisation, le divertissement, la recherche de statut personnel et l'information.

“Les réseaux sociaux, et les plateformes qui les rendent possibles sont un mode d'interactions sociales qui facilite la création, l'échange d'informations et de contenus entre des individus et des groupes d'individus ou des organisations” (Landrevie, Levy, 2013, p622). Ils fonctionnent à travers la création de profils personnels auxquels les membres de la famille, amis et connaissances peuvent avoir accès. Ce sont des outils de socialisation qui permettent aux membres de garder contact les uns avec les autres et encouragent la communication à travers l'échange de contenu tel que des photos, vidéos, opinions, articles de presse, etc. (Belal Hossain, 2017). Ils peuvent également servir de messagerie instantanée. Cette dernière fonctionnalité permet, comme son nom l'indique, d'échanger des messages en temps réel avec un ou plusieurs utilisateurs connectés sur le même réseau social.

En effet, pour rappel, les réseaux sociaux reposent sur le principe d'expression et de participation de masse qui conduit les utilisateurs à produire du contenu (UGC). Ils permettent également à n'importe quel internaute de participer facilement, au travers de

---

<sup>13</sup> Données obtenues auprès de We are social. We are social est une agence de communication internationale qui chaque année émet un rapport annuel de sur l'état du digital dans le monde en collaboration avec Hootsuite. Hootsuite est un outil de gestion de réseaux sociaux. Dans ce rapport, ils utilisent de nombreuses sources incluant des études de marché, des statistiques par pays, etc. <https://wearesocial.com/fr/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

contenu évolutif basé sur un système de flux à un coût dérisoire, aux échanges via les différents supports.

## 4.2 Cartographie des médias sociaux

La cartographie établie par Stenger et Coutant (2013) permet de placer l'ensemble des sites considérés comme des médias sociaux selon leurs caractéristiques et leur finalité. Excepté les blogs qui ne se retrouvent pas sur la carte pour la raison qu'ils peuvent être placés à plusieurs endroits selon le sujet et la finalité de leur créateur.

Le schéma ci-dessous établit sur deux axes la position des différents sites. Le premier axe repose sur la raison de participation de l'internaute. Elle peut provenir de *l'intérêt* de l'internaute pour un sujet donné ou avoir comme origine *l'amitié*. Le second axe distingue les éléments mis en visibilité via une démarche de *publication de soi* comme la mise en avant d'un contenu personnel tel que son quotidien, ses goûts, ses témoignages et ses anecdotes et une démarche de *publication de contenu* qui correspond, cette fois, aux éléments produits par d'autres et transférés via l'internaute.

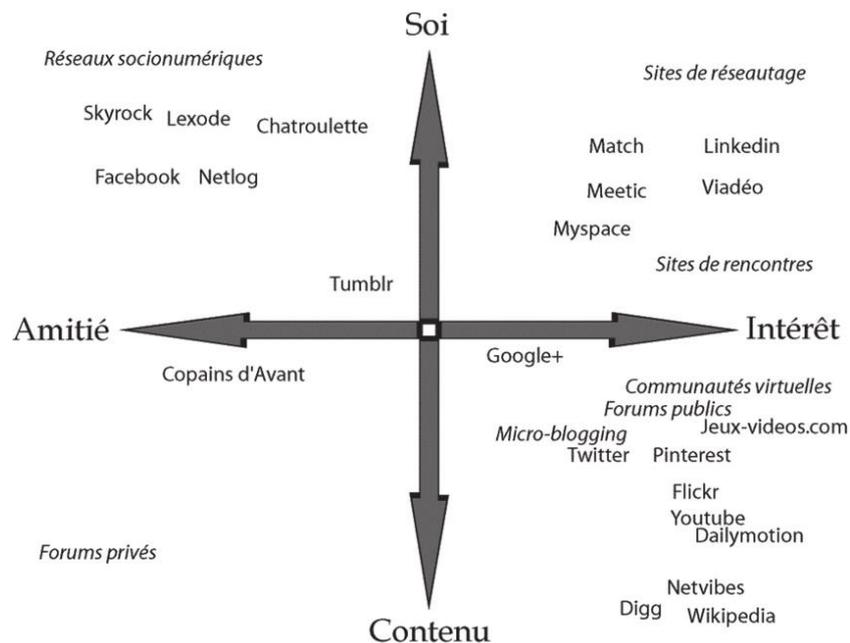


Figure 4.1 : T. Stenger et A. Coutant, « Une cartographie des médias sociaux », 2013

Les réseaux sociaux peuvent être séparés en plusieurs sections. Si l'on prend Facebook, on constate qu'il est un réseau plus généraliste se situant dans la catégorie des réseaux socionumériques. Il est, avec ses 2.27 milliards d'utilisateurs, le réseau social le plus utilisé dans le monde. Les réseaux professionnels, tels que LinkedIn, se retrouvent dans la

catégorie des sites de réseautage. L'objectif de ces sites est de favoriser la rencontre, la mise en relation de personnes selon des critères prédéfinis. YouTube est le second réseau social le plus utilisé dans le monde, il se caractérise par l'intérêt que portent les utilisateurs à ses contenus. Plus de 28 millions de chaînes YouTube existent et près de 2 milliards de vidéos ont été visionnées en avril 2019 (SocialBlade<sup>14</sup>, 2019).

### 4.3 Typologie des médias sociaux

Pour approfondir le schéma précédent et y inclure les blogs, nous avons décidé de le compléter avec celui de Kaplan et Haenlein. Ils croisent deux dimensions afin d'offrir une typologie des médias sociaux permettant de mieux appréhender leur disposition à l'autodévoilement (qui correspond au partage d'informations personnelles de la part de l'internaute, l'image que l'internaute désire projeter de lui) et la présence sociale (qui correspond aux caractéristiques relationnelles du média, c'est-à-dire la perception d'une présence psychologique entre les interlocuteurs (Toufaily et al., 2010)).

Classification des médias sociaux			
	Présence sociale du média faible	Présence sociale du média moyenne	Présence sociale du média élevée
Auto dévoilement élevé	Les blogs, les forums	Les sites de réseaux sociaux comme Facebook	Les mondes immersifs
Auto dévoilement faible	Les wikis	Les sites d'échange de contenus comme YouTube et Instagram	Les jeux multijoueurs en ligne

*Tableau 4.1 : D'après Kaplan et Haenlein, « Classification des médias sociaux », 2010*

#### 4.3.1 Les forums et les wikis

Les forums sont des espaces de discussions publiques sur un site internet autour de thèmes variés. Les discussions y sont archivées, ce qui permet une communication asynchrone contrairement aux messageries instantanées. Ils permettent de lire et répondre à un commentaire plusieurs heures, jours ou années après sa publication. Les forums constituent une source importante des UGC. Par exemple, Doctissimo, le forum consacré à la santé et au bien-être, est le forum le plus visité en France<sup>15</sup>.

Les wikis, quant à eux, sont avec l'avènement du web 2.0, les premiers services numériques créés pour permettre aux utilisateurs d'internet de générer du contenu. Ce sont des sites web collaboratifs permettant à chaque utilisateur de modifier ou d'ajouter du contenu selon ses

<sup>14</sup> Social Blade est un site sur les statistiques de YouTube.

<sup>15</sup> <https://www.annuaire-forum.fr/>

connaissances. Le wiki le plus connu est Wikipédia. Sur ce site, tout utilisateur peut contribuer à l'amélioration du contenu d'un sujet donné. Wikipédia est le cinquième site le plus visité au monde<sup>16</sup>.

### **4.3.2 Les sites de réseau et d'échange de contenu**

Les sites de réseautage sont, rappelons-le, des sites permettant à leurs utilisateurs de rester en contact. Les réseaux sociaux plus axés sur la création et l'échange peuvent être regroupés en tant que plateformes de signets sociaux. Ils offrent la possibilité de créer, diffuser, partager et commenter des contenus multimédias (image, vidéo, liens, musiques, documents). YouTube et Instagram sont spécialisés dans l'échange de contenu. YouTube à travers des vidéos et Instagram via le partage de photos sur mobile.

### **4.3.3 Les mondes immersifs et les jeux multijoueurs**

Les mondes virtuels sont également considérés comme des médias sociaux. En effet, la plupart des jeux en ligne intègrent une dimension sociale et des interactions avec les autres joueurs. Second Life est un monde fictif en 3D, où les utilisateurs peuvent créer du contenu, interagir avec d'autres utilisateurs, acheter des biens (fictifs), aller à des concerts, etc. Nous pouvons également prendre comme exemple les Sims, un autre jeu immersif où les individus doivent gérer leur vie.

Concernant les jeux multijoueurs, ils sont devenus des médias sociaux à part entière avec le développement technologique des consoles de jeux. Les joueurs peuvent discuter en temps réel via un système de messagerie instantanée ou via un micro, ils peuvent également interagir dans les jeux vidéo de rôle comme The Witcher<sup>17</sup>, dans lequel les décisions du joueur influencent l'histoire.

### **4.3.4 Les blogs**

Contraction des termes Web et Log, les blogs sont "des sites web sur lesquels une ou plusieurs personnes s'expriment de façon libre, de façon régulière, avec une structure de présentation chronologique. Chaque message est susceptible d'être commenté par les visiteurs et est souvent enrichi de liens externes" (Lendrevi et Lévy, 2013, p1060). Ils se distinguent des pages internet grâce aux flux RSS qui permettent de récupérer aux abonnés d'un blog,

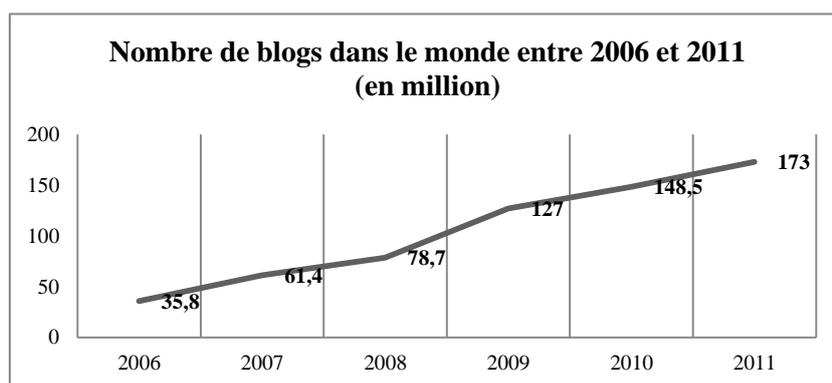
---

<sup>16</sup> « Alexa top 500 sites on the web » [archive], sur alexa.com

<sup>17</sup> The Witcher est un jeu vidéo de type RPG (Role playing game) développé par CD Projekt.

d'une chaîne, une partie ou la totalité des articles nouvellement créés. En effet, le succès des blogs provient de la chaîne chronologique qui conduit à un processus de création (Skrenta, 2005). Tout type de contenu peut être publié sur un blog (textes, vidéos, images, liens, etc.).

Depuis le développement du web 2.0, le nombre de blogs a connu une croissance exponentielle comme nous pouvons l'observer sur le graphique ci-dessous. En 2011, le nombre de blogs était de 173 millions dans le monde entier.



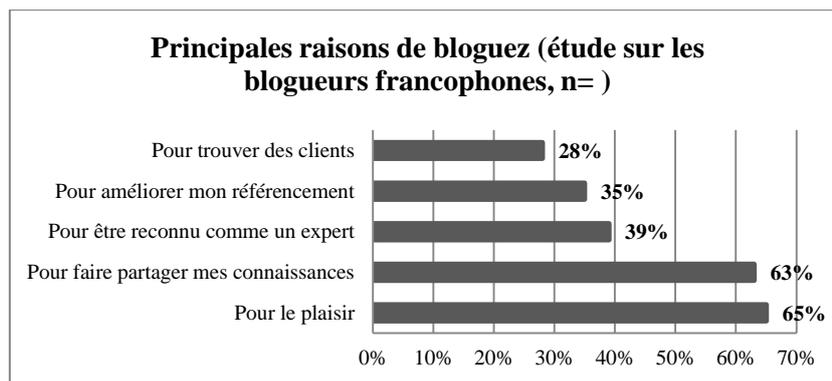
*Figure 4.2 : D'après Statista, "Number of blogs worldwide from 2006 to 2011 (in millions) », 2012*

#### **4.3.4.1 Profil des blogueurs**

Un blogueur est une personne qui possède et gère un ou plusieurs blogs. Les blogueurs sont majoritairement des hommes (65%) d'après l'étude de Frédéric Canevet réalisée auprès de 377 blogueurs francophones<sup>18</sup> en 2010. Le profil des blogueurs est jeune, moins de 30 ans pour 58% des répondants de l'enquête. Les raisons poussant les blogueurs à écrire sont le plaisir, partager leurs connaissances, être reconnu comme un expert dans leur domaine et améliorer leur référencement.

---

<sup>18</sup> Lien vers l'étude : <http://www.conseilsmarketing.com/wp-content/Etude-blogueurs-francophones.pdf>



*Figure 4.3 : D'après F. Canevet, « Pourquoi bloguez-vous ? », Étude sur les blogueurs francophones, 2010*

Ainsi, un blog permet à son détenteur de parler du sujet de son choix que ça soit une passion ou son métier. Les blogueurs préfèrent signer sous leur vrai nom en général (42%) et la majorité d'entre eux tiennent un seul blog (65%), 20% en gèrent 2 et 15% en gèrent trois ou plus. Ils préfèrent WordPress comme plateforme de « *blogging* », Blogger arrive en seconde position.

Afin de mieux comprendre le comportement de blogging, nous avons observé les résultats et les interprétations d'une étude menée par Andy Crestodina<sup>19</sup> en 2018. En moyenne, la création d'un article de blog prend 3.5 heures à l'auteur, 1 heure de plus qu'en 2014. Et, plus un blogueur passe de temps sur un article, plus ses résultats sont susceptibles d'être bons. Les blogueurs passent également plus de temps sur l'écriture d'un post et publient par conséquent moins souvent. Pourtant la fréquence de publication est très importante, car elle a un effet direct sur les retours sur investissements. En effet, il existerait une forte corrélation entre le nombre de publications et les résultats. En moyenne, ils publient deux articles par semaine (F. Canevet, 2010).

Si nous nous intéressons aux résultats des blogs, une grande majorité d'entre eux génère moins de 100 visiteurs par jour (69%).

Les sujets que nous retrouvons le plus, toujours selon l'étude de Frederick Canevet, sont les nouvelles technologies et internet ; l'économie, le marketing et le business ; la vie personnelle

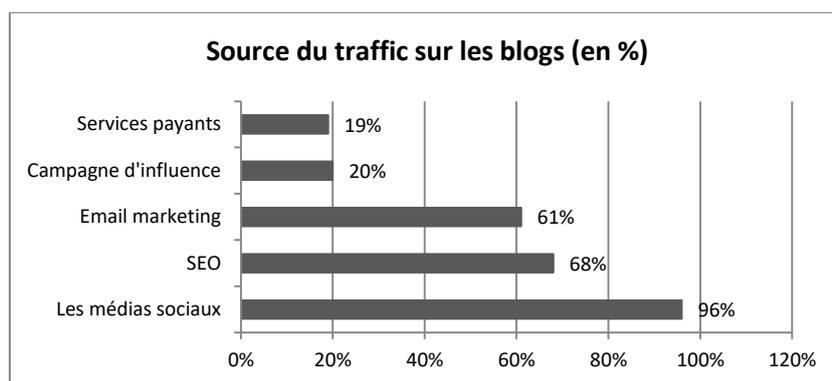
---

<sup>19</sup> Les résultats et interprétations d'une étude réalisée auprès de 1096 blogueurs, menée par Andy Crestodina (2018), le fondateur d'Orbit Media, une agence de marketing digital à Chicago. Il réalise chaque année cette étude depuis 2014, ce qui nous permet de comparer l'évolution édifiante du comportement de blogging.

; la culture (cinéma, lecture, théâtre, télévision...); et les loisirs (photos, jeux vidéo, Casino...).

#### 4.3.4.2 Promotion du blog

Afin d'améliorer leur résultat, les blogueurs font la promotion active de leur blog à travers principalement les réseaux sociaux comme Facebook, Twitter et Instagram<sup>20</sup> qui sont les plus souvent utilisés. Mais nous pouvons aussi observer sur l'étude ci-dessous que les blogueurs se tournent de plus en plus également vers le SEO<sup>21</sup> ou vers l'emailing.



*Figure 4.4 : D'après Andy Crestodina, «Blogging Statistics and Trends: The 2018 Survey of 1000+ Bloggers » Orbitmedia.com, 2018*

#### 4.3.4.3 Revenu et dépenses des blogueurs

Peu de personnes gagnent leur vie avec leur blog. 70% des blogueurs ne gagnent pas du tout d'argent avec leur carnet web personnel. De même, les blogs coûtent très peu à leur gestionnaire. Pour 45% d'entre eux, ils ne coûtent rien du tout et pour 36% ils engendrent des frais de moins de 10 euros par mois (F. Canevet, 2010).

#### 4.3.4.4 Impact des blogs sur la vie personnelle

Les blogs ont un impact sur la vie personnelle de leur détenteur. Principalement en ce qui concerne la gestion du temps. En effet, les blogueurs affirment passer beaucoup plus de temps sur internet pour gérer le site. De plus, les blogs influencent la vie professionnelle de la personne. Pour 47% des répondants, le blog a permis d'augmenter leur niveau d'expertise,

<sup>20</sup> CisionFrance, 2017 : ce que veulent les blogueurs <https://www.cision.fr/ressources/infographies/marketing-dinfluence-ce-que-veulent-les-blogueurs-via-cisionfrance/>

<sup>21</sup> SEO ou Search Engine Optimization ou optimisation pour les moteurs de recherche est une technique visant à mieux positionner un site internet parmi les résultats des moteurs de recherche

28% affirment qu'il leur a ouvert la porte à de nouvelles opportunités de carrière et 15% pensent avoir de meilleure chance de trouver un travail en le tenant (F. Canevet, 2010).

#### ***4.3.4.5 Désavantages***

Les blogueurs font face à plusieurs problèmes qui ont un impact plus ou moins important sur leur site. Le problème majeur est de trouver du temps pour alimenter le blog. Le manque d'inspiration est également l'un des désavantages soulevés avec le manque de résultat et de notoriété et la difficulté pour trouver la motivation d'écrire (F. Canevet, 2010).

#### ***4.3.4.6 Avenir du "blogging"***

En général, les blogueurs sont optimistes concernant l'avenir du "blogging". Bien que d'après eux, les blogs subissent de plus en plus la concurrence des réseaux sociaux (17%). Seulement 5% des répondants pensent qu'ils sont voués à disparaître et que leur fréquentation diminue. Les blogs vont d'après les réponses devenir un incontournable du web (F. Canevet, 2010).

## Chapitre 5 : Les livres – définition et marché

Dans le cadre de ce travail, nous sommes principalement intéressés à l'utilisation d'internet sur l'intention de lecture du livre. Dès lors, pour pouvoir bien comprendre le processus de choix d'un livre, il nous faut en préciser ces composantes économiques ainsi que situer le marché dans lequel ce type de bien évolue.

### 5.1 Type de biens

Les livres sont avec les disques, les objets d'art et les films, des biens culturels. Les biens culturels se réfèrent à des activités artistiques ou récréatives. 93% des lecteurs affirment lire pour le plaisir, la lecture reste par l'occurrence une activité de loisir (CNL, 2017) basé sur l'hédonisme et la recherche d'émotions, de sensation, d'amusement, de curiosité.

Nelson (1970) a élaboré une opposition entre les « *biens de recherche* » et les « *biens d'expérience* ». Le premier est un produit ou service dont il est possible d'évaluer les caractéristiques avant de le consommer (Simard-Casanova, 2018). A contrario, « *un bien d'expérience* est un bien dont le consommateur ne peut estimer facilement l'utilité avant l'achat, il ne connaît pas la satisfaction qu'il va en tirer » (Marion, 2007, p136). Les livres, puisqu'ils ne peuvent pas être jugés selon leurs caractéristiques avant toute consommation se définissent comme des biens d'expériences. En effet, l'expérience de consommation est le résultat positif ou négatif ressenti par le consommateur suite à la lecture du livre (Filsler, 2002). L'expérience de lecture est subjective et appréhendée au moment de la lecture en tant que tel.

### 5.2 Vecteurs de choix

Puisque l'expérience est considérée comme subjective, les auteurs, les maisons d'édition et les librairies n'hésitent pas à avoir recours à de nombreuses techniques de vente. En passant du merchandising traditionnel au salon littéraire, ils essaient de jouer sur tous les fronts pour vendre leurs manuscrits.

Une étude menée par IPSOS pour le centre national du livre souligne ainsi que, pour 82% des personnes interrogées, le choix d'un livre se fait avant de se rendre au point de vente. Mais 77% d'entre eux affirment choisir le livre sur le point de vente. Il existe donc deux

sortes de leviers de choix qui se distinguent : en amont du point de vente et sur le point de vente.

Sur le point de vente, le sujet est le premier vecteur de choix avec le résumé au dos du livre et l'auteur. Le résumé est important pour le lecteur. En effet, d'après une étude menée par Librinova et Youboox<sup>22</sup> auprès de 594 personnes, 71% des lecteurs considèrent le résumé comme le premier critère de choix d'un livre. Et 61% choisissent le livre sur base d'un auteur qu'ils ont apprécié.

En amont, les lecteurs choisissent un livre à partir des recommandations d'un proche et sur base de critiques littéraires ou l'avis d'un journaliste (Cf. Le bouche-à-oreille, ci-après). Mais aussi, parce qu'il désire lire un livre d'un auteur qu'ils apprécient.

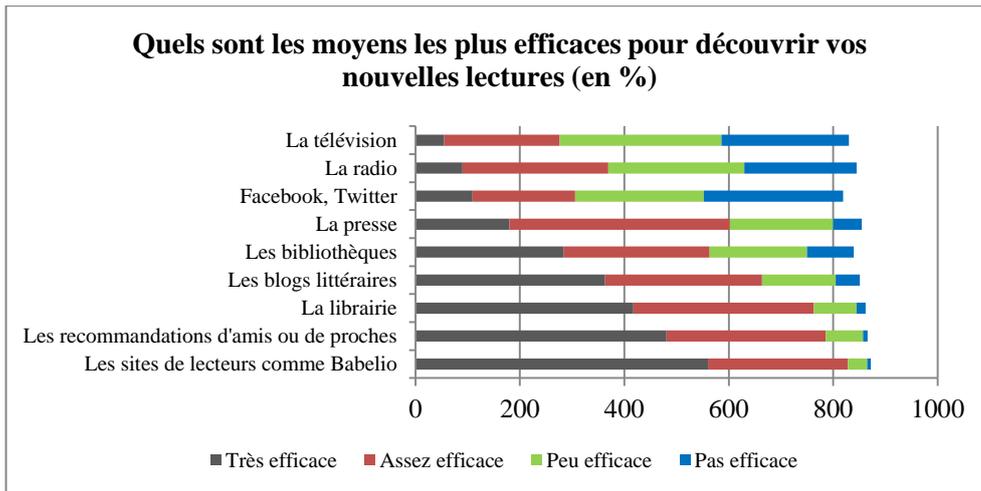
### **5.2.1 Le bouche-à-oreille**

Une seconde étude menée par Babelio<sup>23</sup> auprès de 942 lecteurs en 2012 souligne que 79,3% des répondants affirment que le bouche-à-oreille a contribué fortement à leurs découvertes de livres. Dans cette même enquête, les sites de lecteurs comme Babelio, les recommandations d'amis, de proches et les blogs littéraires sont identifiés comme les moyens de bouche à oreille. Le bouche-à-oreille est initialement un phénomène de propagation orale d'informations sur un produit, un service. Mais il désigne également les phénomènes de recommandation qui ne sont pas oraux et qui passent par Internet. Ses effets ont été notamment amplifiés par l'usage des réseaux sociaux, à travers lesquels de nouvelles formes de recommandations sont apparues (Bathelot, 2019). De ce fait, les lecteurs sont plus enclins à faire des recherches avant de lire un livre.

---

<sup>22</sup> Librinova est une maison d'édition spécialisée dans l'auto-édition sur le net. Youbox est une application de lecture en ligne francophone.

<sup>23</sup> Babelio est un réseau social consacré à la littérature.

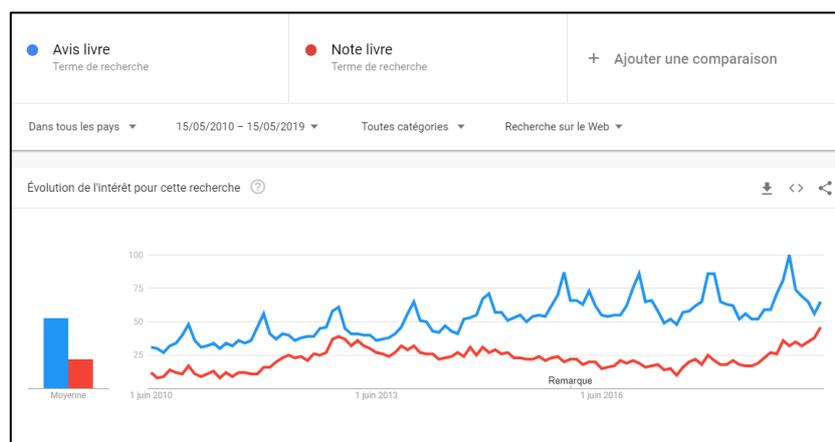


*Figure 5.1 : Babelio, « Le bouche-à-oreille et le livre Étude de lectorat », 2012*

### 5.3 Recherches d'avis littéraires en ligne

Afin de déterminer la progression des recherches d'avis littéraires en ligne, nous avons analysé la fréquence à laquelle un terme a été tapé dans le moteur de recherche Google sur une période donnée dans une zone géographique donnée grâce à *Google Trend* (cf. annexe 1).

Concernant les avis littéraires, nous pouvons constater que depuis 2009, la tendance des recherches d'avis littéraires en ligne est en constante augmentation comme nous montre le graphique ci-dessous lors d'une recherche avec les mots-clés « *avis livre* ». En comparant, les termes « *avis livre* » et « *note livre* », nous constatons également une augmentation de la recherche d'une évaluation des livres en ligne.



*Figure 5.2 : GoogleTrend, "avis livre" et « note livre » recherche web, 15 mai 2019*

Notre recherche s'est également penchée plus en avant sur les raisons poussant les consommateurs à rechercher des avis littéraires. L'utilisation des critiques de livres comme

point de référence indépendant est la première raison évoquée par les lecteurs (CNL, 2019). En effet, les recommandations d'étrangers peuvent constituer un contrepoids aux informations obtenues de sources commerciales ou provenant du cercle social de l'individu. Mais en observant les recherches effectuées par les internautes sur le web avec les mots-clés « *Chronique livre* » et « *Critique livre* », nous constatons que depuis 2010, les recherches diminuent. Au profit peut-être d'une recherche sur les réseaux sociaux. Comme nous pouvons l'observer en comparant les mêmes termes, mais cette fois sur la fréquence des recherches sur YouTube. Elle augmente depuis 2011 (cf. annexe 1).

En effet, les réseaux sociaux ont pris une place plus importante dans la recherche sur un livre. Notamment, avec l'émergence des communautés de lecteur. L'évolution positive des recherches des termes « *Booktuber* » et « *Bookstagram* » sur le web démontre l'intérêt des internautes pour les communautés de lecteurs.

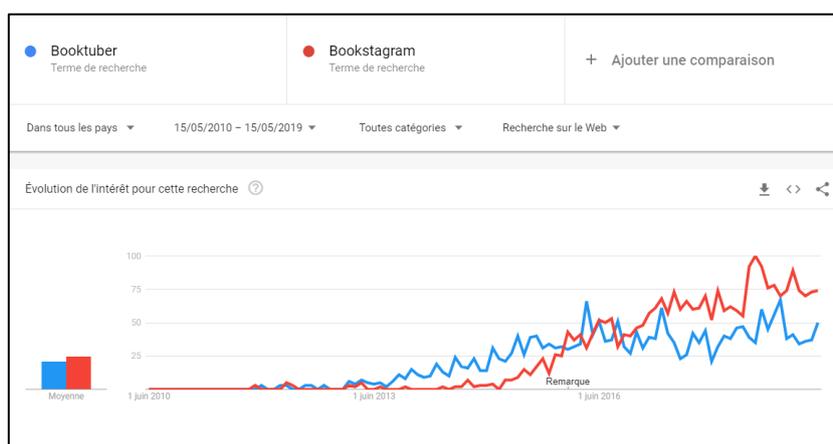
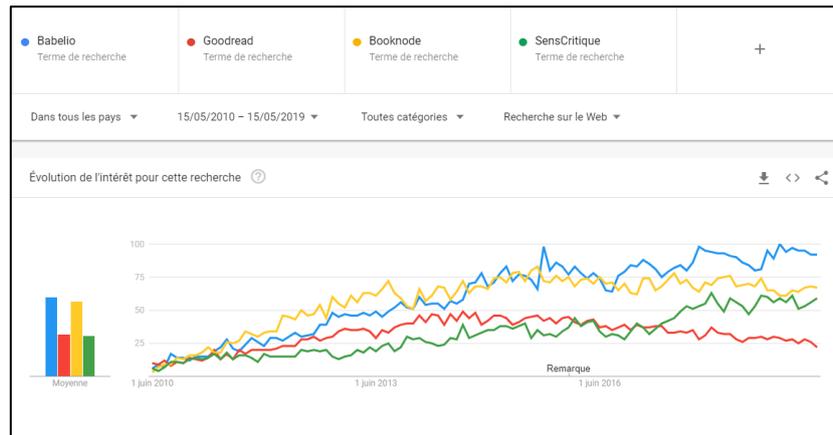


Figure 5.3 : GoogleTrend, "Booktuber" et « Bookstagram » recherche web, 15 mai 2019

De plus, l'apparition de sites et applications dédiés aux livres a ouvert d'autres opportunités de recherches d'informations. En comparant les recherches effectuées avec les termes « *Babelio* », « *Goodread* », « *Booknode* » et « *SensCritique* », quatre grands sites d'avis littéraires, nous constatons qu'elles augmentent légèrement ou se stabilisent depuis 10 ans.



*Figure 5.4 : GoogleTrend, « Babelio », « Goodread », « Booknode » et « Senscritique »  
recherche web, 15 mai 2019*

Intéressons-nous maintenant aux recherches sur le web concernant les blogs. L'évolution des recherches sur le web en tapant « *Blog* » diminue fortement au cours des 10 dernières années comme le montre le graphique ci-dessous. Logiquement, les recherches concernant les blogs littéraires diminuent également depuis 2010 (cf. annexe 1).

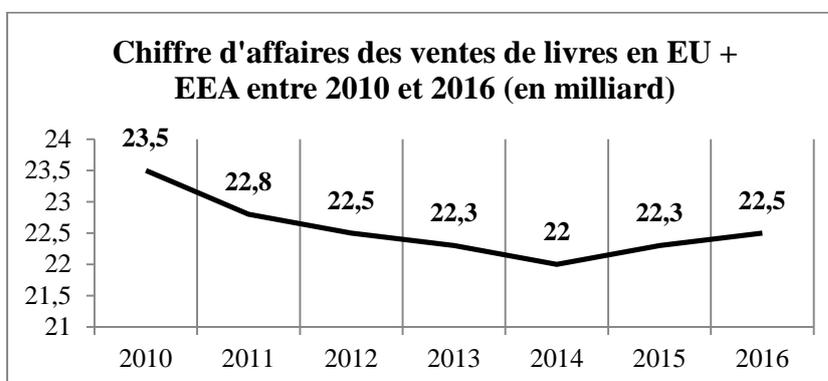


*Figure 5.5: GoogleTrend, "Blog" recherche web, 15 mai 2019*

## 5.4 Le marché du livre en Europe

Le nombre de publications de livres est en constante augmentation depuis plusieurs années, alors que le chiffre d'affaires recule sur le marché. L'explication à cette hausse régulière provient principalement de l'essor de l'édition numérique et de la hausse des titres autoédités. Mais intéressons-nous maintenant à ce secteur et à comment le comportement d'achat y évolue.

La lecture est la deuxième activité culturelle des Européens. Le secteur du livre européen est dynamique avec 22.3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2015, et une valeur marchande de 36 à 40 milliards d'euros. 575 000 nouveaux titres ont été publiés cette même année.



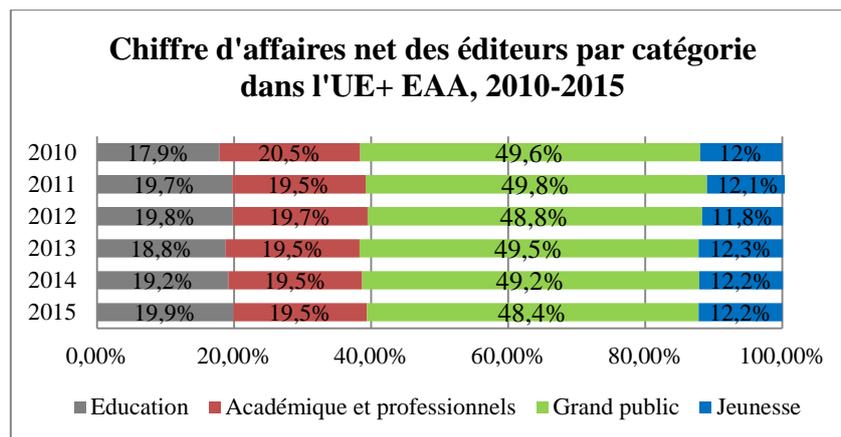
*Figure 5.6 : Federation Of European Publishers, « The Book Sector In Europe: Facts And Figures 2017 », 2017*

En ce qui concerne le livre numérique, c'est un bien plus répandu aux États unis qu'en Europe, mais il affiche tout de même une évolution constante d'année en année sur le marché européen. En effet, depuis l'apparition du format numérique en 2007, le secteur éditorial s'est vu évoluer. Mais ce n'est que récemment qu'un marché du livre numérique a réellement émergé. Il serait estimé à environ 6 à 7% du marché total en Europe en 2016. Il faut noter que le manque de données précises de certains fournisseurs, ainsi que l'émergence de l'autoédition, rendent difficile l'obtention d'informations détaillées et fiables sur le marché du e-book (FEP, 2017<sup>24</sup>)).

Reprenons le chiffre d'affaires des éditeurs. Il est séparé en 4 catégories distinctes avec les deux dernières qui représentent à elles seules 60% du marché :

- les livres d'éducation, tels que les livres scolaires ;
- les livres académiques et professionnels, comme les encyclopédies, les dictionnaires et les ouvrages scientifiques ;
- les livres à destination du grand public, par exemple les romans, les essais, les manuels et les livres de loisirs ;
- les livres jeunesse.

<sup>24</sup> Lien vers l'étude : [file:///C:/Users/home/Downloads/20170223 - brochure a4 final pdf%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/home/Downloads/20170223 - brochure a4 final pdf%20(1).pdf)



*Figure 5.7 : D'après Federation Of European Publishers, « The Book Sector In Europe: Facts And Figures 2017 », 2017*

Un autre fait remarquable est que les Européens aiment acheter leurs livres en ligne. Près d'un Européen sur cinq a acheté des livres, des magazines et du matériel d'apprentissage en ligne en 2016. Les Luxembourgeois sont particulièrement friands de ce mode de commande avec 51% de la population ayant effectué ses achats sur internet. Suivi des Pays-Bas avec 36%, le Royaume-Uni avec 35% et l'Allemagne avec 32% de la population.

Concernant le budget moyen alloué à la consommation de livres des ménages, il dépend fortement du pays. Le Luxembourg, par exemple, accorde un budget beaucoup plus important à sa consommation de livre que la Bulgarie.<sup>25</sup> La Belgique accorde également un budget élevé.

## 5.5 Le marché du livre en langue française en Belgique

### 5.5.1 Part de marché

Sur le marché du livre en langue française, les Belges dominent dans 3 secteurs principaux qui regroupent ensemble 90% de la production de livres en langue française en Belgique<sup>26</sup> :

<sup>25</sup> Le Luxembourg consomme 197.2 PPS\* alors que la Bulgarie alloue uniquement un budget de 11.6 PPS aux livres.

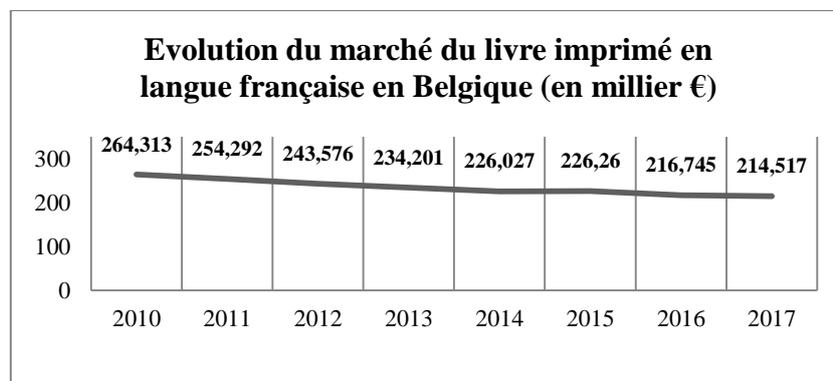
\*PPS est le standard de pouvoir d'achat, qui élimine l'effet des différences de niveau de prix entre pays créé par les fluctuations des taux de change et permet des comparaisons entre pays.

<sup>26</sup> « Les statistiques relatives à la production sont réalisées annuellement par l'ADEB avec le soutien du Service général des Lettres et du Livre du Ministère de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Les données 2017 sont récoltées sur la base de questionnaires en ligne complétés par les éditeurs belges de

- les ouvrages universitaires et les livres scolaires ;
- les livres juridiques ;
- les bandes dessinées.

Par contre, la part des ouvrages belges sur le marché du livre en langue française recule d'année en année. Aujourd'hui, 74% des livres commercialisés ont été importés d'un pays étranger (principalement la France). Parmi les produits importés, nous retrouvons des ouvrages de la littérature en général, des livres jeunesse, des livres pratiques et des beaux-livres. En effet, la part de marché des éditeurs belges sur le marché du livre en langue française était de 31.6% en 2008, elle n'était plus que de 26% en 2017. Cependant, nous devons prendre en considération que le domaine de l'édition est de plus en plus globalisé. La plupart des maisons d'édition belges font partie de grands groupes internationaux ou elles ont des partenariats avec ceux-ci.

Le marché du livre en langue française évolue négativement depuis plusieurs années atteignant un montant de 214 517€ de chiffre d'affaires en 2017. On constate une diminution de 19% entre 2010 et 2017.



*Figure 5.8 : D'après ADEB, « Livre : Les Chiffres-Clés du Secteur », 2018*

Plusieurs éléments peuvent expliquer la baisse relative du marché du livre en langue française en Belgique. Premièrement, le nombre exponentiel de formes de loisirs comme les jeux vidéo, la musique, les films, le sport et les voyages. Selon une étude « Les Français et la lecture – CNL-IPSOS » réalisée en mars 2015, 66% des répondants préfèrent consacrer plus de temps à

---

langue française, membres de l'Association des éditeurs belges (ADEB) ou d'Espace Livres & Création (EL&C). Pour 2017, 54 éditeurs membres de l'ADEB ou d'Espace Livres & Création ont répondu au questionnaire. » [https://adeb.be/wp-content/uploads/2018/09/StatADEB2018\\_versionFinaleDEF.pdf](https://adeb.be/wp-content/uploads/2018/09/StatADEB2018_versionFinaleDEF.pdf)

d'autres activités que la lecture. Deuxièmement, le marché du livre est directement impacté par les contenus gratuits disponibles sur internet, au détriment des auteurs et des éditeurs, mais également les autres contenus de lecture comme les blogs, la presse, des contenus multimédias qui attirent l'attention des lecteurs. En effet, 61% des répondants affirment ne pas lire plus de livres, car ils lisent d'autres choses que des livres. Ensuite, les Grands Lecteurs achètent de moins en moins de livres. La première raison évoquée est le prix, c'est pourquoi ils sont de plus en plus nombreux à se diriger vers le marché de l'occasion et les ouvrages numériques.

## **5.5.2 Profil des lecteurs**

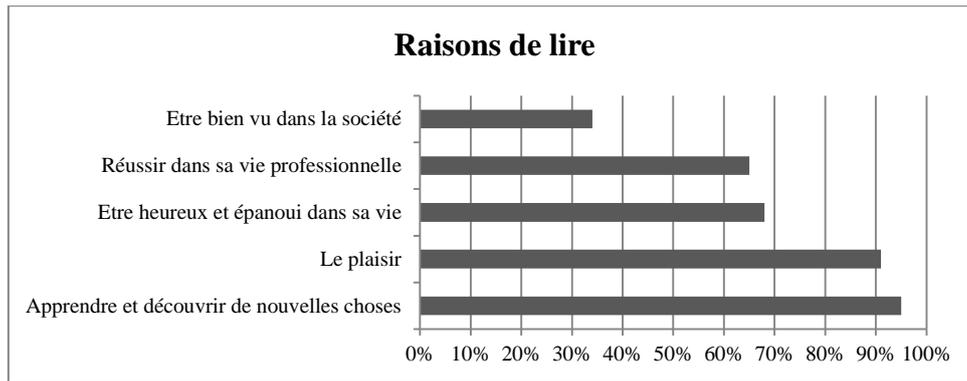
### ***5.5.2.1 Âge et sexe***

En France, 88% du panel interrogé dans l'étude menée en 2019 pour le Centre National du Livre (CNL) affirment être lecteurs, dont 50% disent lire quotidiennement. La lecture est une activité plus répandue chez les femmes que chez les hommes avec 41% de femmes et 25% d'hommes en Belgique et 54% de femmes et 37% d'hommes en France en 2013 (Eurobarometer, 2013).

### ***5.5.2.2 Raisons de lire et format de prédilection***

Le plaisir et la découverte sont toujours les deux grandes qualités associées à la lecture. La recherche d'épanouissement et de bonheur est également mentionnée comme raison de lire. Fait marquant, les discussions avec les proches, l'avis des personnalités et des recommandations sur les sites internet sont des leviers incitants à la lecture, comme nous l'avions déjà mentionné. Mais également, des discussions sur les réseaux sociaux qui incitent les jeunes (14-24 ans) à lire davantage.

Les femmes lisent particulièrement pour le plaisir et pour s'évader, alors que les hommes lisent pour approfondir leurs connaissances (Vincent Gérard et Chomet, 2017).



*Figure 5.9 : A. Vincent Gerard et N. Chomet, Ipsos pour le CNL, « Les Français et la lecture 2017 », 2017, n=1003*

En ce qui concerne le format de prédilection des lecteurs, le format papier est toujours en tête, malgré l'avancée du format numérique. Et le moment préféré pour s'adonner à la lecture est le soir avant de se coucher.

### **5.5.2.3 Canaux privilégiés pour se procurer un livre**

Bien que les grandes surfaces culturelles et les librairies continuent à être le lieu d'achat de prédilection des lecteurs, les commandes sur internet progressent rapidement. En effet, 48% des répondants en 2019 achètent en ligne contre 45% en 2017. Les raisons évoquées sont le manque de disponibilité de certains ouvrages en librairie et la complexité de commander sur place (Vincent Gérard et Chomet, 2017).

## Partie 2 : Méthodologie d'enquête et résultats

### Chapitre 6 : Cadre général

#### 6.1 Question de recherche

Le développement du web et l'apparition des médias sociaux ont fondamentalement transformé le consommateur actuel, modifiant ses besoins et ses motivations. Alors qu'avec le web 1.0, la recherche d'information était le comportement le plus commun, dans le web 2.0, les UGC, les contenus générés par les utilisateurs, sont en plein essor. Ainsi, en passant d'un web cognitif à un web plus social (Aghaei et al. , 2012), l'internaute n'est plus uniquement un receveur d'informations, mais devient lui-même un créateur de contenu.

Aujourd'hui, les consommateurs se préoccupent de l'opinion des autres et partagent la leur à travers les plateformes en ligne comme les blogs, les réseaux sociaux et les sites de notation. Et donc, le désir de se faire entendre va de pair notamment avec celui de connaître l'avis des autres. Internet est devenu le premier média dans la vie des individus. La connectivité est presque un besoin physiologique pour la nouvelle génération. De même, la *connectivité* qui existe aujourd'hui amène à un conformisme social (Kotler et al., 2017). Notamment à travers l'utilisation exponentielle des médias sociaux. En tant que projets collaboratifs, ils permettent de créer et d'échanger du contenu généré par les utilisateurs (Kaplan et Haenlein, 2010). Rappelons que 3,196 milliards de personnes dans le monde sont actifs sur les réseaux sociaux (We are social, 2018)<sup>27</sup>.

En ce qui concerne le choix d'un livre, il est considéré par les lecteurs comme compliqué. En tant que bien d'expérience, il est difficile d'évaluer l'utilité ressentie avant sa consommation (Marion, 2007). Pour se rassurer, les lecteurs vont effectuer des recherches concernant l'ouvrage qui les intéresse. Selon une étude de Fleishman-Hillard, l'achat de livres

---

<sup>27</sup> Données obtenues auprès de We are social. We are social est une agence de communication internationale qui chaque année émet un rapport annuel de sur l'état du digital dans le monde en collaboration avec Hootsuite. Hootsuite est un outil de gestion de réseaux sociaux. Dans ce rapport, ils utilisent de nombreuses sources incluant des études de marché, des statistiques par pays, etc. <https://wearesocial.com/fr/blog/2018/01/global-digital-report-2018>

est fortement influencé par internet avec 83% des répondants affirmant être influencés par leurs recherches sur le web.<sup>28</sup>

Nous avons également vu que le bouche-à-oreille est le premier vecteur de choix d'un livre. Il était initialement un phénomène de propagation orale d'informations, mais à l'ère du digital, il intègre également les recommandations émises via le web. La critique de ceux qui ont déjà consommé un bien et qui donnent leur avis dessus est le meilleur moyen d'éviter les erreurs pour les biens d'expérience (Gensollen, 20016).

Ainsi, l'objectif de cette étude vise à déterminer si les médias sociaux amènent un individu à lire. Plus particulièrement, nous tenterons de comprendre si un média en particulier est plus à même d'influencer un lecteur qu'un autre. L'étude nous permettra d'une part de mieux appréhender les prescripteurs et leur cible, et d'autre part, de voir dans quelle circonstance le lecteur sera influencé dans son choix de lecture.

## **6.2 Cadre général de recherche**

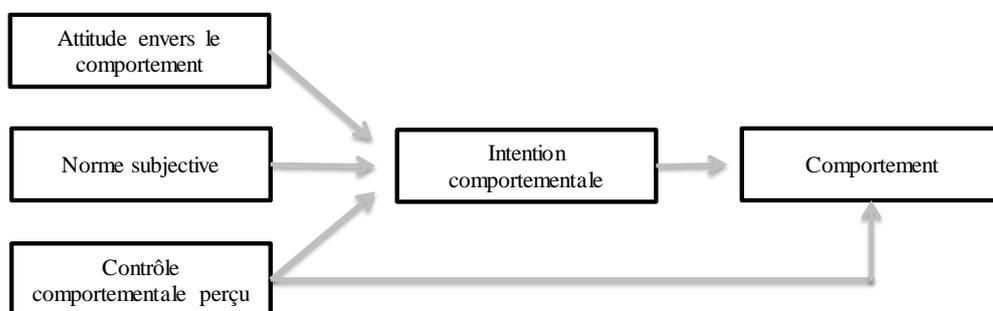
La revue de littérature présentée ci-dessus se veut relativement générale étant donné le peu d'étude réalisée sur l'influence des médias sociaux sur le comportement du consommateur et plus particulièrement s'ils conduisent à lire des livres. C'est pourquoi nous allons utiliser, afin de modéliser le comportement de lecture vis-à-vis des avis des internautes, la théorie du comportement planifié (Ajzen, 1991). Cette théorie part du principe que les individus prennent des décisions réfléchies et que le comportement en est le résultat. En effet, cela signifie que celui-ci a pris en considération toutes les informations à sa disposition et leur conséquence avant d'agir (Giger, 2008).

Dans un premier temps, nous décortiquerons la théorie du comportement planifié suivant la théorie d'Azjen. Dans ce schéma, on retrouve 5 composantes qui interagissent entre elles. Le comportement d'après cette théorie est à l'origine de la volonté de l'individu qui est déterminé par son intention comportementale. Cette dernière représente le prédicteur des comportements futurs, elle sera influencée par les 3 variables suivantes :

---

<sup>28</sup> Une étude conçue dans l'objectif d'évaluer l'influence qu'exerce Internet sur le comportement et les décisions des consommateurs et de mettre en perspective l'influence comparée des différents médias. Harris Interactive et Fleishman-Hillard Research a interviewé près de 5 000 internautes en France, au Royaume-Uni et en Allemagne en 2008. Lien vers l'étude : [https://harris-interactive.fr/wp-content/uploads/sites/6/2015/09/FH\\_wp\\_062008.pdf](https://harris-interactive.fr/wp-content/uploads/sites/6/2015/09/FH_wp_062008.pdf)

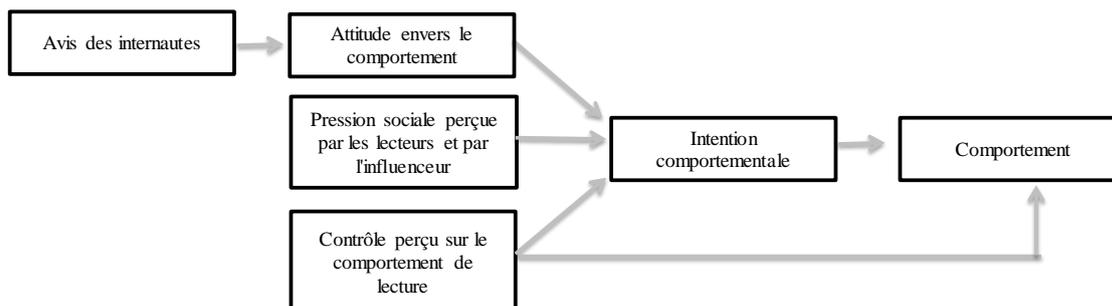
1. L'attitude correspond à la réponse qu'un individu va donner à un stimulus. Elle se définit comme les tendances ou prédispositions à agir d'une certaine manière face à quelque chose (message, produit, évènement, etc.) (Lendrevie et Lévy, 2013). L'attitude envers le comportement constitue donc la perception positive ou négative d'une personne liée à la réalisation d'un comportement. Cette variable est renforcée par les facteurs individuels de l'individu comme ses besoins et ses motivations, sa personnalité, ses croyances et son style de vie.
2. Les normes subjectives sont la pression sociale perçue par l'individu. En d'autres termes, elles correspondent à l'avis que les groupes importants pour l'individu auront sur son comportement. Les normes subjectives se basent donc également sur les croyances de l'individu, mais cette fois, les croyances de ce que devraient ou ne devraient pas faire la personne dans une situation donnée d'après ses groupes sociaux. En effet, les facteurs environnementaux de l'individu comme sa culture et les groupes sociaux peuvent renforcer la seconde variable de la théorie d'Azjen.
3. Le contrôle comportemental perçu correspond à la facilité ou la difficulté pour le consommateur de réaliser le comportement. Cette dernière variable est basée sur les expériences passées et sur les obstacles anticipés (Hernández et al., 2005).



*Figure 6.1: Modèle de la théorie du comportement planifié d'Azjen, 1991*

### **6.3 Hypothèses de recherche**

Nous partons de l'hypothèse que l'implication comportementale du lecteur repose sur les trois variables représentées ci-dessus et nous l'avons adapté à notre question de recherche.



*Figure 6.2: D'après le modèle de la théorie du comportement planifié d'Ajzen, 1991*

### **6.3.1 Attitude envers l'avis des internautes**

Pour rappel, l'attitude envers le comportement est la perception positive ou négative qu'une personne a d'un comportement. Dans cette étude, nous nous intéressons à la perception qu'il aura d'une lecture. Il est, rappelons-le, difficile pour un individu d'évaluer la satisfaction qu'il retirera d'une lecture. C'est pourquoi il va se tourner vers l'avis et l'évaluation des précédents lecteurs avant de faire son choix (Gensollen, 2006). Dans cette optique, nous avons émis l'hypothèse que l'avis des internautes aura des conséquences sur l'attitude envers la lecture et par conséquent qu'un livre avec une notation et/ou des commentaires positifs sur internet impactera positivement l'intention comportementale d'un lecteur. Le lecteur se sentant rassuré dans son choix. Nous entendons par notation, la note ou le nombre de votes obtenus par un livre, et par commentaire les avis sur le livre (j'ai aimé, je n'ai pas aimé) (Beauvisage et al., 2013).

### **6.3.2 Pression sociale perçue par les lecteurs et les influenceurs**

L'intention comportementale sera, également, influencée par la perception de la pression sociale liée à une lecture qui va inciter ou décourager la personne à lire le livre. La pression sociale correspond, pour rappel, à l'avis que les groupes ou personnes importantes pour l'individu auront de son comportement.

#### ***6.3.2.1 la recherche volontaire de prescription***

L'un des principaux vecteurs de choix d'un livre se base sur les recommandations d'un proche, d'un critique littéraire ou d'un journaliste. Ce phénomène de recommandation, dénommé également bouche-à-oreille, s'est amplifié avec le développement des médias

sociaux sur internet. Ceux-ci permettent de nouvelles formes de recommandations accessibles à tous et ayant potentiellement de fortes retombées.

Dans un contexte d'achat complexe (Lamour et al., 2013), le consommateur peut avoir recours à un prescripteur pour l'aider dans sa décision. Rappelons, qu'un livre peut être considéré comme un achat à risque, le lecteur ne sait pas estimer la satisfaction qu'il va retirer de sa lecture (Marion, 2007), d'où la recherche d'avis d'un tiers. L'intention de lire sera alors influencée par le risque perçu, la confiance accordée au prescripteur et le savoir du prescripteur (Lamour & al, 2013). Les connaissances de ce dernier impactent la confiance entre les interlocuteurs et réduisent les incertitudes et le risque perçu par le lecteur (Frisou, 2000). La légitimité du prescripteur va également jouer un rôle dans la confiance de l'interlocuteur. Elle s'observe notamment par l'implication de celui-ci. Dans notre cas, nous allons observer l'implication des blogueurs par le nombre d'articles publiés par semaine, le temps passé sur le blog, les recherches préliminaires effectuées avant l'écriture d'une chronique et la fréquence des publications. Il existerait une forte corrélation entre le nombre de publications et les résultats (Crestodina, 2018).

### ***6.3.2.2 Recherche d'approbation et prescription involontaire***

65% de la population belge est active sur un ou plusieurs médias sociaux. Facebook obtient le taux de pénétration le plus important de 77%, Instagram obtient un taux de 36%, et twitter de 11%. Les lecteurs sont donc présents sur les réseaux sociaux (We are social, 2018). À travers eux, ils partagent des aspects de leur personnalité dans l'espoir que les autres valident leur choix. De plus, le fait de savoir que les autres vont voir leur publication confère à l'utilisateur un grand pouvoir émotionnel et les commentaires lui donnent plus de poids (Suler, 2015). Paradoxalement, ce besoin de partager conduit également à une forte influence sur les autres. Les individus sont fortement influencés par les informations publiées par leurs pairs et/ou ils font confiance à l'avis de leur semblable (SmartFocus, 2016).

### ***6.3.2.3 Les communautés de lecteurs***

Rappelons que les normes subjectives se basent sur les croyances de l'individu des comportements attendus par ses groupes sociaux. Comme nous l'avons vu dans la partie théorique de ce travail, les communautés en lignes se sont démultipliées ces 20 dernières années. Les communautés de lecteurs s'apparentent à des communautés d'expériences. Une communauté d'expérience peut se définir comme un groupe de personnes qui ont en commun une passion, un thème dont l'utilité du bien, du sujet du groupe ne peut facilement être

estimée avant sa consommation (Gensollen, 2006). Ici, l'expérience de consommation est le résultat positif ou négatif ressenti par le consommateur suite à la lecture du livre (Marc Filser, 2002) qu'il partage ensuite avec les membres de ses communautés.

De nombreuses communautés littéraires se sont développées sur internet via les réseaux sociaux ou sur des sites dédiés. Citons par exemple, Bookstagram, une communauté de lecteur sur Instagram. Le hashtag Bookstagram comptabilise déjà 31 432 493 publications<sup>29</sup>. Les utilisateurs d'Instagram se regroupent à travers ce hashtag pour parler des livres qu'ils ont lus ou qu'ils voudraient lire. Citons un autre exemple, Babelio, c'est un réseau social dédié au livre. Tout comme Goodread et Booknode. Nous pouvons à juste titre nous interroger sur le besoin d'appartenance à un groupe social autour de la lecture pour principalement les Grands Lecteurs (+15 livres par an) et dans quelle mesure ce groupe influence la personne.

#### ***6.3.2.4 La pression sociale envers les influenceurs***

Avec le besoin d'appartenance apparaît la question de la pression sociale. Nous avons vu en théorie que les lecteurs ressentent une forme de pression sociale, que ce soit à travers les recommandations, les commentaires ou les évaluations des autres.

Nous avons souhaité également savoir si les blogueurs sont sollicités par des entreprises pour mettre en avant des produits en particulier sur leurs médias sociaux. Et de ce fait, s'ils ont l'impression de subir une forme de pression sociale due à ses collaborations.

Enfin, nous voulons savoir si les abonnés<sup>30</sup> d'un individu engendrent une forme de pression, d'obligation de publier ou d'interaction envers le blogueur. La pression sociale ressentie peut impacter la qualité des informations publiées par le blogueur. Peu d'études ont été réalisées sur le sujet, nous laissant dans une démarche complètement exploratoire.

### **6.3.3 Contrôle perçu sur le comportement de lecture**

Rappelons que le contrôle comportemental perçu correspond à la facilité ou la difficulté pour le consommateur de réaliser le comportement. L'avis d'un internaute est lié à l'aisance de celui-ci à atteindre l'information recherchée (Chouk et Perrien, 2003). Afin de

---

<sup>29</sup> À la date du 17 mai 2019

<sup>30</sup> Les personnes qui les suivent sur les médias sociaux

déterminer le contrôle perçu sur le comportement de lecture, nous nous sommes intéressées à la présence sociale du média. Elle se définit comme la capacité subjective d'un média à transmettre des signaux sociaux entre deux interlocuteurs. La présence sociale diffère selon le média utilisé comme nous l'avons déjà vu. Un média avec une présence sociale importante sera vu comme plus personnel, plus proche qu'un média avec une présence sociale faible. Short, Williams, et Christie (1976) insistent sur l'aspect subjectif de la présence sociale. Effectivement, celle-ci varie selon les individus, leurs caractéristiques individuelles, mais également la distance psychologique perçue entre les interlocuteurs (Wiener et Mehrabian, 1968). Ainsi, la présence sociale ressentie par les internautes sur les réseaux sociaux donne aux individus un sentiment de proximité entre eux (Hassanein et Head, 2007). Rappelons que Ardelet et Brial (2011) ont déterminé l'influence des recommandations d'internautes selon le rôle de la présence sociale et de l'expertise. Leurs conclusions sont que la présence sociale est un plus fort levier de persuasion que l'expertise, c'est-à-dire que les autres internautes sont plus influents que les sources institutionnelles lorsqu'ils semblent proches psychologiquement. À travers cette théorie, nous pouvons nous interroger sur le degré de présence sociale des différents médias concernant les échanges littéraires.

## **6.4 Étape des études menées**

Pour assurer la validité de cette étude, nous avons mené deux sortes de collecte des données. Nous avons conduit des entretiens individuels auprès de 10 blogueurs, dont 7 blogueurs littéraires. Ensuite, nous avons réalisé une étude quantitative auprès de 722 internautes.

### **6.4.1 Étude qualitative**

Cette étude qualitative avait pour objectif de comprendre les motivations sous-jacentes des blogueurs à partager sur leur site, mais également de découvrir qui ils sont et comment ils influencent d'autres personnes. Cette enquête a permis de mieux cibler les blogueurs, leurs influences, et leur évolution. Antérieurement à la définition du questionnaire, nous avons effectué une série de recherches documentaires qui ont abouti à mettre en évidence des statistiques concernant les blogs et les blogueurs, mais également la croissance de l'utilisation des réseaux sociaux chez les individus dans le monde.

#### ***6.4.1.1 Type d'entretien***

Nous avons décidé de nous orienter vers un entretien individuel semi-directif et non de groupe. L'entretien semi-directif est une technique qualitative de recueil d'informations permettant de centrer le discours des personnes interrogées autour de thèmes définis préalablement et consignés dans un guide d'entretien (cf. annexe 2). Contrairement à l'entretien directif, l'entretien semi-directif n'enferme pas le discours de l'interviewé dans des questions prédéfinies, ou dans un cadre fermé. Il lui laisse la possibilité de développer et d'orienter son propos, les différents thèmes devant être intégrés dans le fil discursif de l'interviewé. Les interviews se sont déroulées de manière individuelle pour éviter les incohérences dans les réponses. En sachant que la personne doit posséder un blog et parler de son expérience personnelle, ce mode de transmission semblait le plus adapté. Les entretiens ont été réalisés par téléphone ou par Skype et ont par la suite été retranscrits sous forme de verbatim ( cf. annexe 3).

#### ***6.4.1.2 Méthode d'analyse du discours des blogueurs***

Afin d'obtenir une vision claire des blogueurs et de leurs motivations, nous avons interrogé un panel de blogueurs hétérogènes. Les sujets abordés durant cette étude concernaient leur profil, leur activité en ligne (fréquence des postes, motivations, trafics et performances du blog, interaction en ligne, promotion du blog), ainsi que leur opinion sur leur influence. Nous avons ensuite procédé à une analyse thématique sous forme de tableau pour analyser les résultats (cf. annexe 4) et ressortis les éléments probants en fonction des données recueillies dans la revue documentaire.

Voici un tableau récapitulatif des blogueurs interrogés :

*Tableau 6.1 résumé des interviewés avec leur nom, leur âge, leur genre, le lien vers le blog, le sujet du blog et le nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux (situation au 25/04/2019)*

Profil des répondants				
	Nom	Âge	Sexe	Informations principales
1	Natacha et Arthur	28 et 31 ans	Homme et femme	<p><b>Belge une fois</b>  <a href="https://belgeunefoisblog.wordpress.com/">https://belgeunefoisblog.wordpress.com/</a></p> <p>Blog sur divers sujets. Ils ont développé un "concept store" à partir du blog.</p> <p><u>Activité en ligne avec le nombre d'abonnés :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog : 22 295 abonnés</li> <li>- Facebook : 23 246 abonnés</li> <li>- Instagram : 16 585 abonnés</li> <li>- Twitter : 642 abonnés</li> </ul>
2	Fiona	27 ans	Femme	<p><b>Pretty Books</b>  <a href="https://myprettybooks.wordpress.com/">https://myprettybooks.wordpress.com/</a></p> <p>Blog principalement littéraire, mais il parle également de série, cinéma, musique, théâtre et voyages. Le blog lui a permis de trouver un travail.</p> <p><u>Activité en ligne avec le nombre d'abonnés :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog : pas communiqué</li> <li>- Facebook : 5 649 abonnés</li> <li>- Instagram : 34 059 abonnés</li> <li>- Twitter : 3 569 abonnés</li> <li>- Goodread : 760 amis</li> <li>- Babelio : 150 amis et 471 critiques</li> </ul>
3	Holliyah	30 ans	Femme	<p><b>Holliyah</b>  <a href="http://www.hollyahslife.com/">http://www.hollyahslife.com/</a></p> <p>Blog sur la mode.</p> <p><u>Activité en ligne avec le nombre d'abonnés :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog : pas communiqué</li> <li>- Instagram : 1 050 abonnés</li> <li>- Pinterest : 130 abonnés</li> </ul>
4	Patricia	30 ans	Femme	<p><b>Le blog de Patricia</b>  <a href="https://leblogdepatricia.com/">https://leblogdepatricia.com/</a></p> <p>Blog littéraire, même si elle a le projet de parler beauté également.</p> <p><u>Activité en ligne avec le nombre d'abonnés :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog : pas communiqué</li> <li>- Facebook : 104 abonnés</li> <li>- Instagram : 10 236 abonnés</li> <li>- Twitter : 562 abonnés</li> <li>- Babelio : 12 amis et 47 critiques</li> </ul>
5	Marie-Camille	22 ans	Femme	<p><b>Blog_enviedelire</b>  <a href="https://enviedeliredotblog.wordpress.com/category/envie-de-lire/">https://enviedeliredotblog.wordpress.com/category/envie-de-lire/</a></p> <p>Blog littéraire.</p> <p><u>Activité en ligne avec le nombre d'abonnés :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog : pas communiqué</li> <li>- Instagram : 182 abonnés</li> <li>- Booknode : 962 livres dans sa bibliothèque</li> </ul>
6	Anaïs	23 ans	Femme	<p><b>Jabberthereader</b>  <a href="https://jabberthereader.com/accueil/">https://jabberthereader.com/accueil/</a></p> <p>Blog littéraire, cinéma, voyage et <i>lifestyle</i><sup>31</sup>.</p> <p><u>Activité en ligne avec le nombre d'abonnés :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog : 88 abonnés</li> <li>- Instagram : 158 abonnés</li> <li>- Wattpad : 19 abonnés</li> <li>- Booknode : 63 livres dans sa bibliothèque</li> <li>- Babelio : 1 ami et 24 critiques</li> </ul>
7	Lucille	35 ans	Femme	<p><b>L'œil de Luciolle</b>  <a href="http://www.loeildeluciole.com/">http://www.loeildeluciole.com/</a></p> <p>Blog principalement littéraire, mais parle aussi de voyage, cinéma, photo.</p> <p><u>Activité en ligne avec le nombre d'abonnés :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Blog : 628 abonnés</li> <li>- Facebook : 422 abonnés</li> <li>- Instagram : 6 335 abonnés</li> <li>- Twitter : 161 abonnés</li> <li>- Babelio : 49 amis et 292 critiques</li> <li>- Livreaddict : 39 abonnés</li> </ul>

<sup>31</sup> Mode de vie

8	Kévin	25 ans	Homme	<b>Palace of Books</b> <a href="https://palace-of-books.blogspot.com/">https://palace-of-books.blogspot.com/</a>	Blog littéraire et chaîne Booktube. <u>Activité en ligne avec le nombre d'abonnés :</u> - Blog : 112 abonnés - Facebook : 2 088 abonnés - Instagram : 1 416 abonnés - Twitter : 2 947 abonnés - YouTube : 2 028 abonnés - Livreaddict : 194 abonnés - Babelio : 10 amis et 4 critiques
9	Thibault	19 ans	Homme	<b>360 degrés nord</b> <a href="https://360degresnord.com/2019/04/24/mes-dernieres-lectures-11/">https://360degresnord.com/2019/04/24/mes-dernieres-lectures-11/</a>	Blog littéraire, voyage, opinion et lifestyle. <u>Activité en ligne avec le nombre d'abonnés :</u> - Blog : pas communiqué - Facebook : 251 abonnés - Instagram : 971 abonnés - Twitter : 20 abonnés - Pinterest : 84 abonnés - Goodread : 18 amis
10	Jade	20 ans	Femme	<b>The Trendy Club</b> <a href="https://thetrendyclub.wordpress.com/">https://thetrendyclub.wordpress.com/</a>	Blog mode. <u>Activité en ligne avec le nombre d'abonnés :</u> - Blog : 308 abonnés - Facebook : 1 097 abonnés - Instagram : 5058 abonnés

## 6.4.2 Une étude quantitative

Une seconde étude a été réalisée à la suite de l'étude qualitative. Nous avons souhaité approfondir les données recueillies durant l'enquête préliminaire et estimer dans quelle mesure les lecteurs utilisent internet dans leur processus de choix de lecture. Le but étant de comprendre dans quelle mesure les avis des internautes peuvent influencer l'intention de lire un ouvrage, et quels sont les autres vecteurs de choix.

### 6.4.2.1 Méthode de collecte des données

La mise en forme du questionnaire a été faite via le logiciel Sphinx permettant de réaliser facilement des études de marché sur internet. Le questionnaire a ensuite été transmis aux différents répondants par l'intermédiaire d'internet, plus précisément via Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn et par email. Par ce biais, nous enlevons les potentiels répondants qui ne sont pas sur internet.

### 6.4.2.2 Échantillon

Notre échantillon est basé sur la population belge active en ligne. Une population estimée à 10,20 millions de personnes (We are Social, 2018).

Voici l'équation qui nous a permis de calculer la taille de l'échantillon nécessaire à cette enquête pour être utilisable.

*Équation 6.1 : Taille de l'échantillon*

$$n = z^2 \times p ( 1 - p ) / m^2$$

n = taille de l'échantillon

z = niveau de confiance selon la loi normale centrée réduite (pour un niveau de confiance de 95%, z = 1.96)

p = proportion estimée de la population qui présente la caractéristique p = 0.5. La proportion estimée de lecteurs dans la population est ignorée. C'est pourquoi nous avons choisi la dispersion la plus grande.

m = marge d'erreur tolérée à 5% près

Pour calculer une proportion avec un niveau de confiance de 95% et une marge d'erreur à 5% :

$$n = (1.96)^2 \times (0,5)(1-0,5) / (0.05)^2 = 384.16$$

Pour que cette étude de marché soit représentative, l'idéal serait d'avoir un nombre de répondants de 384.

#### ***6.4.2.3 Questionnaire***

Le questionnaire prend la forme d'un questionnaire auto administré par internet. Le répondant va assurer lui-même le remplissage. Les questions auxquelles le répondant est soumis évoluent selon ses réponses. Par exemple, une personne qui ne lit aucun livre ne sera pas soumise aux questions concernant ses choix de lecture (cf. annexe 4).

#### ***6.4.2.4 Analyse des données recueillies***

L'analyse des données est effectuée en partie automatiquement par le logiciel Sphinx à l'aide de tableaux de fréquence et de représentations graphiques, mais également à l'aide de tableaux croisés. Les résultats seront ordonnés selon un plan et non question par question et ils seront commentés afin de ressortir les points importants (cf. annexe 5).

#### ***6.4.2.5 Fiabilité de l'échantillon***

Nous avons dans notre enquête récoltée 722 réponses. Pour que cet échantillon soit représentatif de la population étudiée, les membres de la population doivent avoir les mêmes chances d'y figurer, à défaut de quoi l'échantillon sera biaisé. C'est le cas de notre enquête, les femmes sont surreprésentées avec 92% des répondants du sexe féminin et seulement 8%

du sexe masculin. Cette enquête ayant été réalisée sur base d'un recrutement volontaire des répondants par internet, l'échantillon n'est pas représentatif et par conséquent les résultats ne sont pas généralisables à une population plus large. Nous sommes conscients de ce biais et nous avons décidé d'observer, malgré tout, les résultats de l'étude. Notre objectif, à travers elle, est de découvrir si les médias sociaux amènent à lire que ce soit les femmes ou les hommes.

# Chapitre 7 : Analyse des données

## 7.1 Analyse du discours des blogueurs interrogés

### 7.1.1 Profil des participants

Dans l'étude réalisée, les répondants étaient constitués principalement de femme avec 7 femmes et 3 hommes, dont un blog (Belge une fois) géré par un couple. Ils ont entre 19 et 35 ans et le "blogging" est une activité annexe à leur vie professionnelle. Parmi eux, un seul répondant a fait du "blogging" son métier. En sachant qu'elle et son conjoint ont à travers le blog établi un concept store qui est aujourd'hui une activité à part entière. Par contre, le blog a également permis à l'une des répondantes de trouver un travail en tant que bibliothécaire.

### 7.1.2 Raisons de bloguer

Les blogueurs écrivent principalement pour le plaisir de partager et de s'exprimer sur des sujets qui les interpellent, et/ou pour développer leur activité professionnelle et leur personal branding<sup>32</sup>. L'envie de communiquer et de partager avec des personnes aux mêmes passions ressort fortement dans le discours des blogueurs interrogés. La création d'un blog est le moyen qu'ils ont trouvé pour répondre à leur envie de partager et de rencontrer des personnes avec les mêmes intérêts. En effet, l'envie de parler de ses lectures au-delà d'un cercle restreint est très forte chez les répondants. Chroniquer une lecture permet de continuer le processus de lecture, de lui donner une dimension collective.

*« Je l'ai créé pour le partage et aussi parce que je trouve qu'on lie de bonnes amitiés grâce à ce genre de blog. J'aime bien autant écrire des chroniques, qu'en lire et savoir ce que les gens pensent. » Anaïs*

De plus, une demande, pour certains d'entre eux, a été créée de la part de leur entourage. En effet, c'est leur famille ou leurs amis qui les ont poussés à écrire sur un carnet web personnel.

*« Mes copines m'ont toujours dit que je m'habillais bien, elles m'ont toujours demandé des conseils, elles m'ont toujours demandé où j'achetais mes vêtements et je me suis dit que créer un blog qui parle d'où j'achète mes tenues, ça serait la meilleure solution pour partager avec elles, en fait. » Jade*

*« On est deux bobos sorteurs, on va beaucoup au restaurant et on fait beaucoup d'évènements. Nos amis nous demandaient toujours si on n'avait pas un bon resto, etc. Alors, on s'est dit qu'on pourrait mettre ça par écrit. » Natacha*

---

<sup>32</sup> Promotion personnelle

### **7.1.2.1 Motivations**

Au-delà, du contexte de création, les blogueurs écrivent toujours pour partager, créer, inventer et rencontrer. Ce sont les termes qui ressortent le plus lorsque nous les interrogeons sur leur motivation. Les blogs sont des outils efficaces pour satisfaire le besoin d'estime des individus, à travers eux, ils peuvent créer du contenu et s'exprimer de manière libre.

La dimension collective prend également toute son importance dans les motivations des blogueurs, ils souhaitent notamment échanger avec d'autres lecteurs. Ils se complaisent à faire partie d'une communauté, ils tissent des liens à travers les médias sociaux. Cet élément confirme en partie la théorie de la recherche d'approbation des groupes sociaux auxquels s'identifie la personne.

*« À force de partager des articles, de commenter, d'échanger, on finit par se lier à ceux qui partagent la même passion que nous et je trouve ça génial. » Patricia*

### **7.1.2.2 Appartenance à une communauté**

Le sentiment de connexion est plus présent sur les réseaux sociaux que sur les blogs. Les réseaux sociaux favorisent les échanges à travers leur système propre. Instagram est une plateforme de signets sociaux offrant la possibilité de créer, diffuser et partager du contenu. Elle est principalement axée sur l'échange de photos. Une réelle communauté d'échanges littéraires s'est créée autour du livre sur Instagram, regroupée sous le hashtag *Bookstagram*. C'est l'union de la photographie et de la littérature, les internautes partagent leur passion pour les livres à travers des images.

*« Que ce soit sur les blogs ou sur Instagram, il y a une bonne ambiance, de l'entraide, un esprit d'équipe. » Marie-Camille*

Les membres de cette communauté sont très liés et sont prêts à se défendre face aux critiques extérieures comme nous l'a signalé Lucille :

*« Sur Instagram, je me sens bien. J'ai des gens que j'ai rencontrés dans la vraie vie et ils sont devenus des amis. Cet esprit de communauté se fait bien ressortir avec les deux articles qui sont sortis, dont un avec une journaliste qui se moquait de la communauté Bookstagram. Du coup, beaucoup de gens se sont agacés en disant : non c'est une belle communauté. On est tous unis et on se défend. » Lucille*

### **7.1.2.3 Les raisons de lire leurs articles**

D'après eux, les lecteurs lisent leur article pour diverses raisons comme la recherche d'informations, pour trouver des idées, par curiosité ou parce que le sujet les intéresse.

« Il paraît que je fais de bonnes critiques. On m'a dit aussi que c'est parce que je ne *spoile*<sup>33</sup> jamais un roman et que je suis objective sur ma lecture et que même si je n'ai pas aimé un livre, parce que le sujet ne me plaisait pas ou que le rythme n'était pas à mon goût, je ne vais pas descendre le bouquin en disant que c'était nul. J'argumente toujours que ce soit en lecture positif ou négatif. » Lucille

« Je dirais parce qu'ils aiment la lecture. C'est aussi la réciprocité. On aura plus tendance à lire les articles d'un blog qui lit souvent les nôtres, qui les commente. Parce je partage beaucoup sur le forum LivreAddict. Les gens aiment peut-être regarder pour voir si je suis la seule à avoir mis une mauvaise note ou une bonne, ça vient peut-être de ce côté-là. » Anais

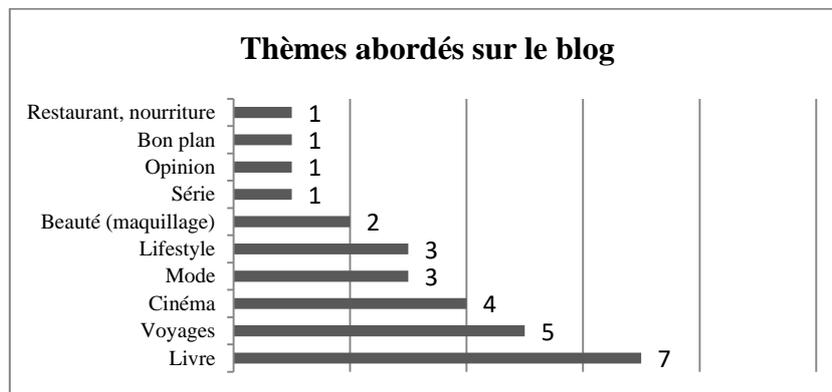
La réciprocité évoquée par Anais n'est pas le moteur poussant les blogueurs à lire des articles d'autres blogs. C'est d'ailleurs la seule à avoir abordé la notion de réciprocité dans ce contexte. Les répondants sont tous des lecteurs d'articles de blogueurs. Ils s'intéressent aux articles de personnes qu'ils suivent sur des sujets qui les passionnent. Certains regrettent de ne pas avoir plus de temps pour lire les articles.

### 7.1.3 Sujet du blog

Un blog permet à son détenteur de parler du sujet de son choix que ça soit une passion ou son métier. Les blogueurs se cantonnent rarement à un seul sujet. Natacha et Arthur sont très attachés au fait de pouvoir parler de tout sur leur site, par exemple.

« Ça va dans tous les sens. Par exemple, demain j'ai une nouvelle passion pour les hippopotames, je vais aller créer une catégorie hippopotame, même si je ne pense pas que ça arrivera un jour. On n'est pas du tout tenu à un thème. » Natacha

Deux des répondants abordent exclusivement un sujet sur leur blog, les livres, alors que les autres ne se limitent pas, ils parlent de diverses choses. Les thèmes abordés sur le blog sont principalement les livres, les voyages et le cinéma.



<sup>33</sup> Dévoiler des éléments principaux d'un livre ou d'un film gâchant ainsi le plaisir de le lire ou le regarder

Figure 7.1 : Thèmes abordés par les participants, n=10

### **7.1.4 Promotion du blog**

Les blogs sont indéniablement liés aux réseaux sociaux dans un système de dépendance. Les recherches d'avis sur les carnets web qu'ils soient littéraires ou non sont en constantes diminutions sur Google depuis plusieurs années, contrairement à la recherche « avis livre » et « chronique livre » qui continue à augmenter.

Nous nous sommes intéressés dans nos interviews à l'utilisation des réseaux sociaux par les blogueurs comme moyen promotionnel. Il en ressort qu'afin d'augmenter le trafic sur leur blog, ils utilisent les réseaux sociaux comme point relais. Lorsque nous leur avons demandé s'ils font la promotion de leur blog, ils disent majoritairement utiliser les réseaux sociaux. Et 9 répondants sur les 10 affirment qu'Instagram est le meilleur réseau social pour promouvoir son blog. Mais Facebook, Twitter et des applications spécialisées comme Babelio ou Livreaddict font également partie de leur stratégie de communication. Ils sont aussi quelques-uns à utiliser l'emailing :

*« Pour promouvoir mon blog, je le partage sur Instagram, Twitter et Facebook. J'en parle autour de moi aussi et puis je vais aussi me présenter aux maisons d'édition par mail pour me faire connaître. »  
Anais*

*« Sur Instagram, mais ça ne marche pas du tout. Ça marche beaucoup moins bien que Facebook. Sur Instagram, je copie-colle le contenu de ma chronique, parce que je sais que les gens qui sont sur Instagram ne sont pas forcément le public qui va venir sur mon blog. De Facebook, j'en ai beaucoup plus. J'ai créé un compte Twitter, mais je ne sais pas si j'ai des gens qui viennent de Twitter parce que je n'y vais pas souvent. Facebook, ça fait 1 ans et demi que j'ai la page, je partage sur ma page, sur mon compte personnel et parfois quand j'y pense sur des groupes et là, par exemple, en mai, j'ai eu 130 visites qui venaient directement de Facebook et seulement 70 d'Instagram. J'ai beaucoup de gens qui sont venus à partir des moteurs de recherche et j'ai aussi pas mal de gens qui sont abonnés à mon blog et pour ça je n'ai plus rien de rien faire. J'ai aussi une trentaine de personnes qui reçoivent un mail quand je publie un article. Je fais aussi la promotion durant les rencontres et les salons. » Lucille*

#### **7.1.4.1 Les réseaux sociaux**

Les réseaux sociaux sont des sphères sociales regroupant des individus avec les mêmes codes, normes, cultures, passions et envies comme nous l'avons déjà évoqué dans la partie théorique de ce travail. Chaque réseau social possède ses atouts et ses inconvénients, l'utilisation de l'un d'eux va dépendre bien souvent de la finalité de l'utilisation, comme l'a justement signifié Lucille lorsqu'on l'a interrogé sur les réseaux sociaux à utiliser en tant que blogueur.

*« Je pense que ça va dépendre du sujet. Twitter va être très bien pour tout ce qui est actualité, politique, économie et des choses comme ça. Facebook, ça va être très bien pour les blogs de divertissement, de jeux vidéo, de buzz feed, des petites actualités, des faits divers. Instagram sera peut-être plus pour les trucs de beautés, les livres, la cuisine. » Lucille*

Les 10 blogueurs interviewés sont tous présents sur Instagram et 7 d'entre eux sont également présents sur Facebook et 6 sur Twitter. Parmi les réseaux sociaux littéraires, ils sont 5 à être présents sur Babelio, 2 sur Goodread, Booknode et Livreaddict et 1 sur Wattpad. Tous les blogueurs littéraires sont sur au moins un réseau social dédié à la littérature.

Les réseaux sociaux sont également les meilleurs canaux promotionnels des blogs. Sans eux, les répondants pensent que leur site aurait moins de visite.

Instagram est le réseau social le mieux adapté pour parler de son blog d'après la majorité des répondants. Ce réseau est particulièrement efficace pour transmettre des signaux sociaux entre deux interlocuteurs. Sur Instagram, les gens se sentent proches des autres interlocuteurs. Facebook est également cité à plusieurs reprises.

*« Il n'y a que sur Instagram où je vois les gens qui viennent parler de ce qu'ils font, ils ont beaucoup plus facile de parler de ce qu'ils font sur Instagram. » Jade*

*« Instagram ! C'est le meilleur pour partager, les gens sont plus ouverts. » Fiona*

En effet, notre étude a permis de démontrer l'importance des réseaux sociaux pour les répondants, afin de générer notamment du trafic sur leur site. Les autres moyens pour augmenter le trafic du blog, abordé durant les entretiens, sont d'être actifs et régulier principalement.

## **7.1.5 Comportement de "blogging"**

### ***7.1.5.1 Les blogueurs utilisent un pseudo***

Nous avons vu précédemment que les blogueurs tiennent un seul blog et préfèrent signer leurs créations de leur nom. Dans notre étude, les répondants confirment le premier point en tenant chacun un seul blog. Par contre, le second point diffère des études préalables. 6 répondants sur 10 préfèrent utiliser exclusivement un pseudo plutôt que leur nom, ils sont 2 à recourir aux deux et les suivants utilisent uniquement leur nom. Les raisons d'utiliser un pseudo varient d'un individu à l'autre tel qu'un besoin de créativité ou de garder une certaine distance entre les informations personnelles et le blog.

*« J'aimais bien ce pseudo sur internet et je n'avais pas envie que ce soit relié à mon identité à la base parce qu'il a dix ans on était un peu plus frileux sur internet. » Lucille*

*« J'utilise un pseudo, je trouve cela plus original (...). » Morgane*

Les blogueurs utilisant leur nom le font pour être transparents avec leurs interlocuteurs, ils désirent que les lecteurs sachent qui a écrit l'article.

*« C'est par jeu de transparence. On voulait être fidèle à nous même. On s'exprime de la même manière à l'écrit que comme on parle. Il n'y a pas de tromperie. » Natacha*

### **7.1.5.2 Trafic**

Les répondants savent qu'ils peuvent analyser leur trafic via les statistiques de leur hébergeur, mais ne le font pas spécialement. En sachant que la moyenne des visiteurs d'un blog par jour est de 100 visites, 2 répondants affirment être au-dessus des 100 visiteurs par jours, 2 disent être dans la moyenne et les 6 derniers répondants sont en dessous.

### **7.1.5.3 Implication**

Nous avons vu qu'en moyenne, la création d'un article de blog prend 3.5 heures à l'auteur. Et plus un blogueur passe de temps sur un article, plus ses résultats sont susceptibles d'être bons et la fréquence de publication est très importante, car elle a un effet direct sur les retours sur investissements, mais également sur la légitimité du prescripteur qui à son tour affecte la confiance accordée envers le blogueur. Nous ne pouvons pas l'affirmer de manière empirique, mais selon les réponses des répondants, nous pouvons observer un meilleur trafic sur le blog pour les répondants les plus assidus. Un point étonnant est que Natacha et Arthur qui ont fait du "blogging" leur métier disent être dans la moyenne, en comptabilisant 22 295 abonnés sur le blog. Alors que Lucille avec 628 abonnés se situe au-dessus de la moyenne.

Globalement, nous pouvons observer un degré d'implication important de la part des personnes interrogées. Elles essaient de publier assidument comme Lucille et Fiona qui publient 2 à 3 chroniques par semaine de manière régulière. Jade et Kévin publient 1 fois par semaine. Les autres essaient de publier régulièrement, mais ne vont pas s'inquiéter s'ils ne parviennent pas à écrire une chronique.

Le temps d'écriture varie d'un individu à l'autre entre 30 min et 5 heures. Ils sont d'accord pour dire que ça dépend de la chronique. Nous pouvons confirmer par nos observations que l'implication sur le blog est liée au résultat. Fiona et Lucille publient 3 fois par semaine et sont au-dessus des 100 visiteurs par jour.

## 7.1.6 Avantages et désavantages

On peut observer l'attachement des blogueurs en comparant les avantages et les inconvénients de tenir un blog selon eux. Dans notre revue documentaire, nous avons vu que le principal problème des blogueurs était de trouver du temps. Mais également le manque d'inspiration et de résultats. Pour tous les répondants à cette enquête, avoir un blog apporte plus d'avantages que d'inconvénients. Le facteur personnel influence en particulier l'implication des répondants. Ils vont parler d'un sujet qui les touche, qui les passionne.

*« C'est tout bénéfique pour moi. J'apprends plein de choses, je m'améliore. Je m'amuse et je peux peut-être gagner un peu d'argent. » Thibault*

*« Il y a plus d'avantages d'après moi. C'est passionnant, cela crée de nombreuses opportunités et nous avons une liberté tellement forte. C'est ce qui me plaît le plus. » Fiona*

Au niveau des freins, la rigueur revient régulièrement, avec les mauvais commentaires et la pression de publier.

### 7.1.6.1 Pression sociale perçue

Il nous semblait important de vérifier le niveau de pression sociale que subissaient les blogueurs d'un point de vue de leurs lecteurs, mais également de leur partenaire, le cas échéant. Nous nous sommes également penchés sur l'influence que les blogueurs peuvent avoir sur leurs lecteurs, s'ils pensent avoir déjà influencé l'un de leurs abonnés à un comportement ou si eux-mêmes ont déjà été influencés à travers une publication.

#### ➤ Pression sociale de la part de leurs abonnés

D'après nos interviews, les blogueurs subissent implicitement une pression sociale importante de la part de leurs lecteurs. Ils ont le sentiment de devoir publier, avoir des résultats.

*« L'inconvénient est qu'on ne peut pas tellement couper, car c'est un milieu où il faut être toujours présent. Donc il faut être très organisé et disponible, même si on a déjà fait une journée de travail en plus. » Fiona*

*« Parfois on peut se mettre trop la pression parce qu'il faut de la rentabilité, des vues, le prix, etc. » Anais*

#### ➤ Pression sociale de la part des partenaires

La pression sociale peut également provenir des accords de partenariat avec les professionnels. Une partie des répondants ont affaire à des collaborations commerciales. Ils se sentent parfois obligés de répondre aux incitations des entreprises. Les blogueurs interrogés ne sont, pour la plupart, pas rémunérés pour leurs prestations, mais ils reçoivent des livres

gratuitement, des invitations à des évènements, etc. Leur avis sur le produit est parfois influencé par le fait de l'avoir reçu gratuitement.

*« Au début, j'étais assez contente, parce que quand des professionnels nous contactent, c'est gratifiant, mais j'ai vite déchanté parce que ça me met plus de pression de lire un livre qu'on m'a envoyé, que quelque chose que j'ai choisi et payé. Plus de pression au niveau des délais et les maisons d'édition quand elles envoient un livre, elles s'attendent à avoir une bonne critique. »*

➤ *Pensez-vous que votre avis peut-être influencé lorsque vous recevez des produits ?*

*« Inconsciemment oui, pour les autoédités, je vais essayer de ne pas blesser la personne, si je n'ai pas aimé. Je trouve ça génial de savoir finir un roman et je vais prendre plus de pincettes pour ne pas blesser la personne. » Anais*

➤ **Les blogueurs en tant qu'influenceurs**

Les blogueurs sont également des influenceurs. Rappelons qu'un influenceur parvient par son audience à modifier les comportements de consommation et l'avis de ses lecteurs sur un produit ou un service. 8 répondants sur 10 affirment avoir déjà influencé l'un de leurs abonnés. Ils peuvent mesurer le niveau d'influence qu'ils ont via les retours des individus.

*« J'ai déjà influencé des lecteurs à acheter des livres que je présentais, certains sont venus me le dire (...). Je crois que c'est cela qu'on appelle être « influenceur ». Malgré nous on va susciter l'envie chez le lecteur, voir même parfois le besoin et je pense que cela dépend de la manière dont on présente l'objet en question. » Patricia*

➤ **Les blogueurs en tant qu'influencés**

Nous voulions également savoir si les blogueurs avaient eux-mêmes déjà été influencés par un post ou un article sur un blog ou sur les réseaux sociaux. Pour 9 d'entre eux, c'est le cas, et pour le répondant ayant répondu par la négative, il ajoute ne s'en être peut-être pas rendu compte.

*« Oui, que ce soit les blogs ou les réseaux sociaux, ils m'influencent vachement. Parfois je regrette le temps où j'allais simplement au feeling<sup>34</sup> en librairie, ou je ne lisais pas d'articles. Et je remarque qu'avant j'étais moins déçue. » Marie-Camille*

*« Oui, clairement. Surtout dans la mode et dans l'idée des bonnes affaires. Et aussi, je veux aller à Bali et c'est parce que je suis une fille, une blogueuse, qui va tout le temps à Bali et du coup je veux y aller. » Natacha*

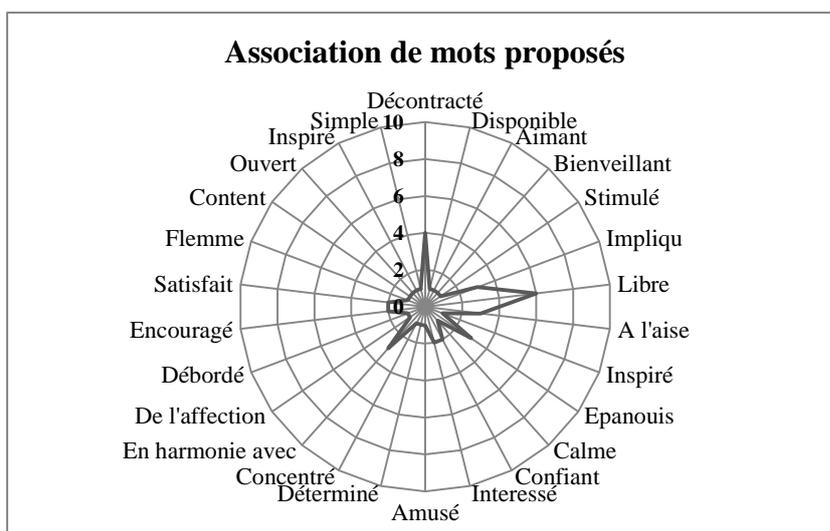
Les réseaux sociaux auraient une plus grande influence que les blogs. Du moins, ils seraient indéniablement liés.

---

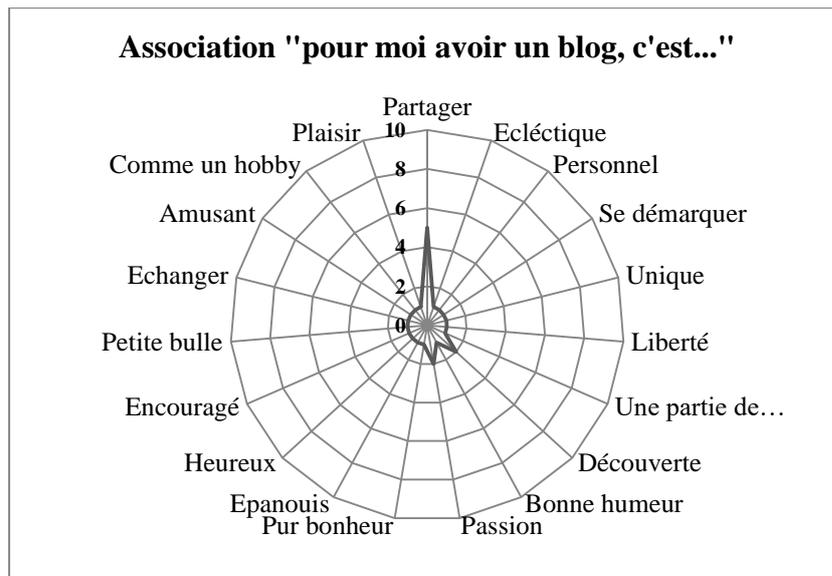
<sup>34</sup> Intuitivement

### 7.1.7 Attachement des blogueurs

Afin de mesurer l'attachement des répondants envers leur blog, nous leur avons posé deux questions, la première sous forme de question ouverte dans laquelle ils devaient compléter la phrase : « *Pour moi, avoir un blog c'est...* » et dans la seconde question, nous proposons une série de sentiments à associer à leur blog. Les mots mentionnés le plus étaient: *libre, décontracté, impliqué, à l'aise, épanouis et en harmonie avec*. Des sentiments exclusivement positifs. Les blogueurs sont fortement attachés à leur blog et n'associent que peu de sentiments négatifs. Anaïs est la seule à avoir eu recours à des sentiments négatifs ; *débordé et flemme*, mais elle associe également son blog à neuf autres sentiments positifs. Lorsque nous avons interrogé les blogueurs sur ce que représentait pour eux d'avoir un blog, les termes sont tous positifs. Ce qui ressort le plus est l'envie de partager à travers leur site, comme nous l'avons déjà observé dans les raisons de bloguer.



*Figure 7.2 : Association de mots proposés, nombre de fois où le mot a été mentionné par les répondants, n=10*



*Figure 7.3 : « Pour moi avoir un blog, c'est... », nombre de fois où le mot a été mentionné par les répondants, n=10*

### 7.1.8 Avenir du blogging

En plus d'être attachés à leur blog, les répondants ressentent une forte connexion avec le monde du blogging. La majorité d'entre-deux voit l'avenir des blogs positivement, bien que la connexion entre les blogs et les raisons sociales est citée à de nombreuses reprises. Pour vérifier cet aspect, nous leur avons présenté une image avec deux personnages dialoguant. Le premier disait « Les blogs, c'est du passé ! », les répondants devaient répondre à ce personnage.

*« Que c'est tout l'inverse ! Que maintenant ça a été pris au sérieux, même au niveau des médias. Que c'est un peu le métier d'un journaliste amateur et c'est dans les tendances très actuelles, car il y a l'idée du partage. Ça va dans l'air du temps avec les réseaux sociaux. » Natacha*

*« Je pense au contraire que c'est encore d'actualité, car ils complètent les réseaux sociaux qui sont très limités au niveau du contenu avec des caractères souvent limités. Les gens cherchent encore à ce que certains sujets soient développés, et ils continuent à aller voir le blog quand le sujet les intéresse. » Fiona*

Trois autres répondants pensent qu'ils sont dépassés par les réseaux sociaux, mais que ça ne signifie pas forcément la fin du "blogging".

*« C'est du passé, oui parce qu'on a ce phénomène YouTube, Instagram, mais je pense que les blogs ne disparaîtront pas. Ça serait dommage » Jade*

Les blogueurs sont donc attachés à leur blog et ils sont fidèles. Lorsque nous les avons interrogés pour savoir s'ils conseilleraient à d'autres personnes de faire un blog, 9 répondants sur 10 ont affirmé le conseiller sans hésiter.

### **7.1.9 Impact sur la vie personnelle**

Avoir un blog a un impact plus ou moins important sur la vie personnelle des répondants. L'impact est d'autant plus important pour les sites connus. Il est particulièrement observable sur le temps passé sur le blog afin d'écrire les articles, mais également répondre aux commentaires et partager sur les réseaux sociaux. Ils y sont présents tous les jours pour la majorité des interviewés et ils y passent jusqu'à deux heures par jours. Le véritable problème du "blogging" est de trouver du temps. Durant les interviews, tous les répondants se sont plaints, à un moment donné, du manque de temps pour écrire, ou de devoir laisser de côté d'autres activités au profit d'une chronique à écrire. Cet aspect avait déjà été évoqué dans la partie théorique. Trouver du temps constituait, d'après les études menées préalablement, le problème majeur des chroniqueurs.

Mais il a également un impact sur les événements auxquels participent les blogueurs. Il leur a permis également d'élargir leur réseau de connaissances. Il demande aussi d'impliquer parfois son entourage à sa gestion. Lucille et Jade ont dit avoir recours à un membre de leur famille pour faire des photographies. Enfin, le blog de Fiona lui a permis de trouver du travail.

*« Il m'a aidé à trouver du travail notamment. Il m'a aussi donné beaucoup de contacts dans le monde de l'édition, et il m'aide chaque jour au quotidien dans mon métier de bibliothécaire. » Fiona*

### **7.1.10 Revenu et dépenses**

D'un point de vue financier, le blog coûte très peu d'argent à son détenteur. Trois répondants ont évoqué dépenser de l'argent pour l'hébergement du site et le nom de domaine. Mais généralement, il ne coûte pas d'argent, mais seulement du temps. Comme nous l'avions vu dans les études déjà menées dans le passé.

#### ***7.1.10.1 Relation avec l'argent***

Les répondants ont une relation ambiguë avec l'argent. Certains ne préfèrent pas associer leur site à l'argent, alors que d'autres trouvent normal de gagner de l'argent avec le blog si l'occasion se présente. Comme nous l'a mentionné Thibault qui affirme que son site peut peut-être lui faire gagner de l'argent. Alors que Kévin refuse d'associer son blog à

l'argent. Les blogueurs interrogés n'écrivent, donc, pas pour recevoir un revenu, mais pour le plaisir de partager et d'échanger, principalement. Recevoir une rémunération pour cela est considérée comme un bonus.

## **7.2 Analyse des données de l'étude quantitative**

Cette étude a pour objectif de découvrir si les médias sociaux amènent à lire. Un échantillon de 722 personnes a été interrogé. Nous souhaitons à travers elle comprendre le comportement des lecteurs francophones.

Pour le mesurer, nous avons demandé aux personnes constituant l'échantillon de répondre à un questionnaire en ligne. Le panel est constitué dans l'immense majorité de femmes (cf. fiabilité de l'échantillon). Nous pouvons expliquer le taux important de femmes par deux éléments. Premièrement, les femmes sont plus présentes sur les plateformes sociales que les hommes et deuxièmement, elles sont de plus grandes lectrices. En laissant plus longtemps l'enquête en ligne, la parité des réponses se serait peut-être stabilisée.

Pour commencer, nous avons estimé important de connaître qui sont les principaux intéressés, quand et comment surfent-ils sur la toile.

### **7.2.1 Profil des répondants**

92% de femmes et 8% d'hommes ont répondu à l'enquête. Dans cette étude les femmes sont surreprésentées alors que les hommes sont sous-représentés (Fig 7.70: « *Vous êtes ?* », n= 722). Ils sont majoritairement Français (78%) et Belges (18.2%) (Fig 7.73: « *D'où venez-vous ?* », n=722). Les tranches d'âge les plus représentées sont les 35-44 ans avec 28.3% des répondants, les 45-54 ans avec 27.5% et les 25-34 ans avec 21.8% (Fig 7.71 : « *Quel âge avez-vous ?* », n=722).

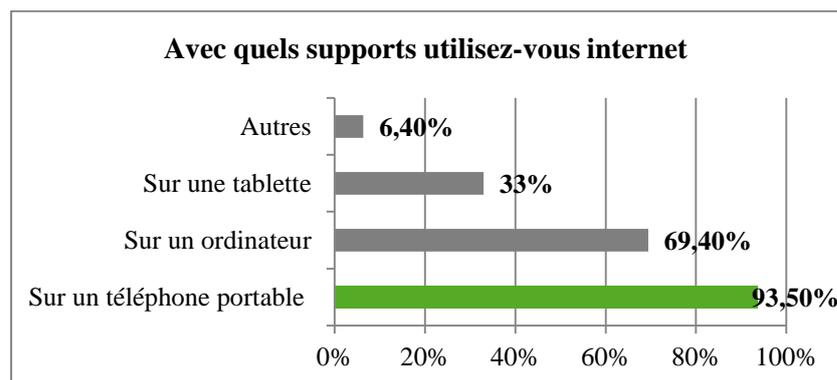
### **7.2.2 Présence sur internet**

L'accès à internet est devenu, comme nous l'avons vu précédemment, un besoin fondamental pour les individus. En moyenne, un Belge surfe 5 heures par jour, dont 1 heure et 30 minutes sur les réseaux sociaux (We are social, 2018).

Si l'on prend en compte la question « *à quelle fréquence surfez-vous sur internet* », 80% des répondants l'utilisent plusieurs fois par jour. 14.8% d'entre eux surfent toutes les heures dessus (Fig 8-7.4 : « *A quelle fréquence surfez-vous sur internet ?* », n=722). En plus, nous avons

constaté que 57% des répondants ne peuvent se passer d'internet (Fig 7.35 : « *Je ne peux pas me passer d'internet* », n=720).

Nous avons vu qu'à travers leur smartphone le parcours d'achat du consommateur a évolué : il utilise aujourd'hui son téléphone mobile pour prendre les meilleures décisions d'achat (Kotler et al., 2017). Nous avons pu observer que les internautes surfent par l'intermédiaire de leur smartphone (93.5%), ordinateur (69.4%) et tablette (33%). Les autres supports ne sont que peu utilisés.



*Figure 7.5 : « Avec quels supports utilisez-vous internet ? », n=722*

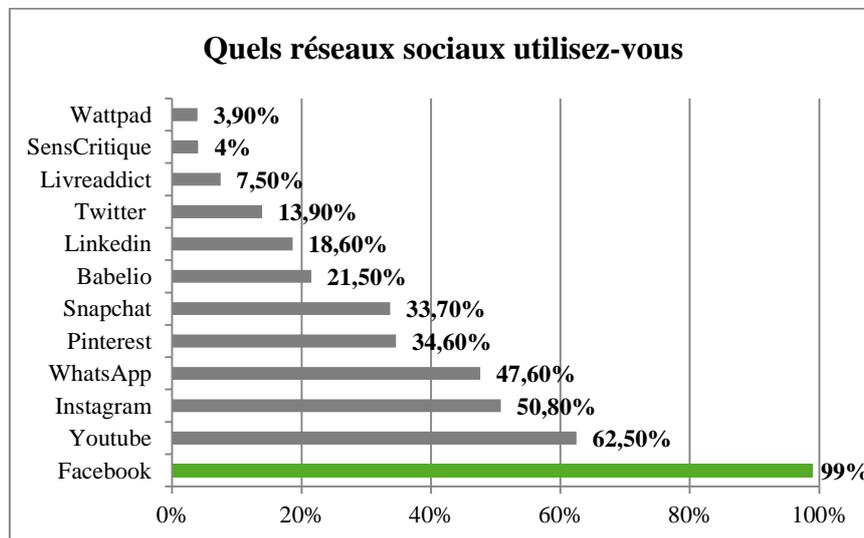
Ainsi, l'importance de l'accès à internet à tout moment est vérifiée à la question « *Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec l'affirmation suivante : Je suis heureux de pouvoir à tout moment avoir accès à internet avec mon smartphone* » où l'on constate qu'ils sont heureux d'y avoir accès quand ils le veulent (Fig 7.36 : « *Je suis heureux de pouvoir à tout moment avoir accès à internet avec mon smartphone* », n=720). En effet, cela les rassure de pouvoir se connecter à internet à tout instant (Fig 7.43 : « *Pouvoir me connecter à tout instant et de n'importe où à internet me rassure* », n=720). Pour ce faire, l'utilisation principale de l'ordinateur, smartphone et tablette est privilégié.

De plus, nous constatons la grande utilisation des téléphones portables dans l'utilisation d'internet par notamment le nombre important de réponses à ce questionnaire à travers ce support (74.1%), contre 19.6% avec un ordinateur et 6.3% avec une tablette. (Fig 7.74 : « *Appareil de saisie* », n=722).

### **7.2.2.1 Activités en ligne**

En ce qui concerne leurs activités en ligne, les réseaux sociaux sont en tête de liste et plus particulièrement Facebook, YouTube et Instagram, qui sont les réseaux sociaux les plus utilisés par le panel de répondant (Fig 7.7 : « *Quels réseaux sociaux utilisez-vous ?* », n=722).

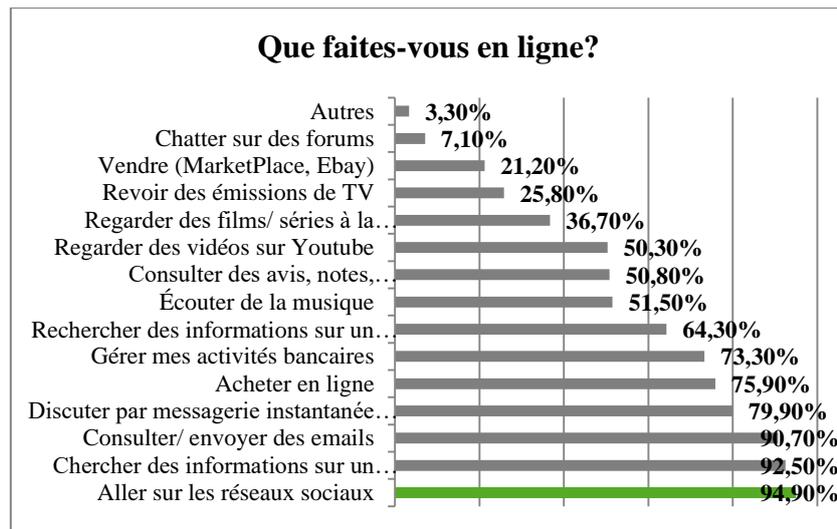
Rappelons que Facebook est le premier réseau social utilisé en Belgique avec YouTube et en cinquième position Instagram, juste derrière Messenger et Whatsapp (We are social, 2018). Tous les répondants sont au moins présents sur un réseau social, dont 99% d'entre eux, sur Facebook.



*Figure 7.7 : «Quels réseaux sociaux utilisez-vous» , n =722*

La place des réseaux sociaux dans la vie des internautes est de plus en plus importante. En effet, 94.9% affirment qu'aller sur les réseaux sociaux fait partie de leur activité sur internet devant « aller chercher des informations sur les moteurs de recherche » (Fig 7.6 : « *Que faites-vous en ligne ?* », n= 722).

Effectivement, ces sites se caractérisent par le partage. Nous constatons que cette activité fait partie intégrante de la vie de notre panel. Dans l'enquête de Smartfocus (2016) nous avons vu que les individus sont de plus en plus enclins à partager eux-mêmes leurs expériences via internet. Nous sommes d'accord avec cet état puisque dans notre étude, les internautes sont prêts à donner leur avis et à s'exprimer sur des sujets qu'ils connaissent. 8.3% des répondants sont tout à fait d'accord pour s'exprimer sur des sujets qu'ils connaissent, 25.4% sont d'accord pour le faire et 30.6% sont moyennement d'accord (Fig 7.37 : « *J'aime m'exprimer en ligne sur des sujets que je connais* », n=720). C'est principalement le sentiment d'aider une personne qui les inciterait à partager leurs connaissances comme nous pouvons l'observer pour 81% des répondants (Fig 7.38 : « *Si mes connaissances peuvent aider d'autres personnes, je n'hésite pas à les partager sur internet* », n=720)



*Figure 7.6 : «Que faites-vous en ligne?» , n =722.*

### **7.2.2.2 Avis des internautes en tant que facteur d'influence de l'attitude**

Rappelons que l'attitude envers le comportement est la perception positive ou négative qu'une personne a d'un comportement. Nous avons émis ci-dessus l'hypothèse qu'un livre avec une notation et/ou des commentaires positifs sur internet impactera positivement l'intention comportementale d'un lecteur. Le lecteur se sentant rassuré dans son choix.

Intéressons-nous d'abord à l'avis d'un internaute de manière général, pour ensuite observer son attitude envers le comportement. Pour rappel, l'internaute est une personne qui recherche des informations avant d'effectuer ses achats. Il va s'intéresser à l'avis de ses pairs.

Nous pouvons à travers cette enquête confirmer le besoin de chercher des informations sur internet avant de faire un choix. En effet, 57% préfèrent rechercher en ligne des informations que de demander à un vendeur par exemple (Fig 7.24 : « *Je préfère rechercher des informations sur internet que de demander à un vendeur dans un magasin* », n=720). De plus, les internautes aiment comparer les avis des clients avant de faire leur choix. Pour 55.5% des répondants, comparer les avis clients est une pratique courante (Fig 7.41 : « *Je compare souvent les avis des internautes avant de faire mon choix.* », n=720).

Pour ce qui est des avis littéraires, 66.9% des répondants recherchent des informations sur le livre avant de le lire (Fig 7.25 : « *Avant de lire un livre, j'aime bien rechercher des informations sur le livre* », n=720). De plus, 66.1% des internautes ne considèrent pas l'avis des critiques littéraires comme plus pertinent que celui d'une personne non experte (Fig 7.22 : « *Les avis des critiques littéraires professionnels sont plus pertinents que les avis d'autres personnes* », n=720).

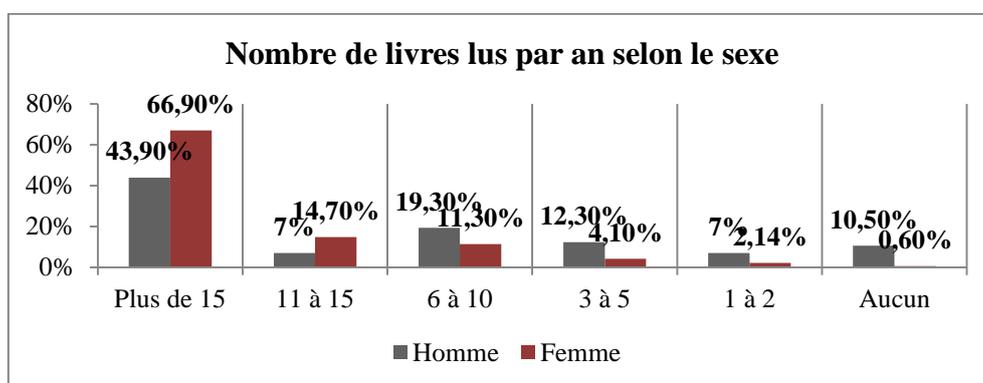
Donc, de manière générale, nous pouvons considérer qu'en ce qui concerne les recommandations faites sur internet, les internautes les trouvent assez pertinentes et leur font confiance (Fig 7.21 : « Je ne fais pas confiance aux recommandations faites sur internet », n=720). En considérant que 55.1% des répondants ne sont pas d'accord avec l'affirmation « Je ne fais pas confiance aux recommandations faites sur internet », cela nous prouve qu'ils font donc confiance aux recommandations faites sur internet, même si elles proviennent de personnes qu'ils ne connaissent pas (Fig 7.32 : « Je ne fais pas confiance à l'avis des personnes que je ne connais pas », n=720).

## 7.2.3 Comportement de lecture

### 7.2.3.1 Généralité

98.6 % du panel interrogé dans cette enquête affirment être un lecteur. Rappelons que 88% du panel de 1000 répondants de l'étude de CNL (2019) affirmaient être lecteur. Nous sommes au-dessus des résultats probablement par le fait que le questionnaire a été distribué par l'intermédiaire des réseaux sociaux et via des communautés littéraires.

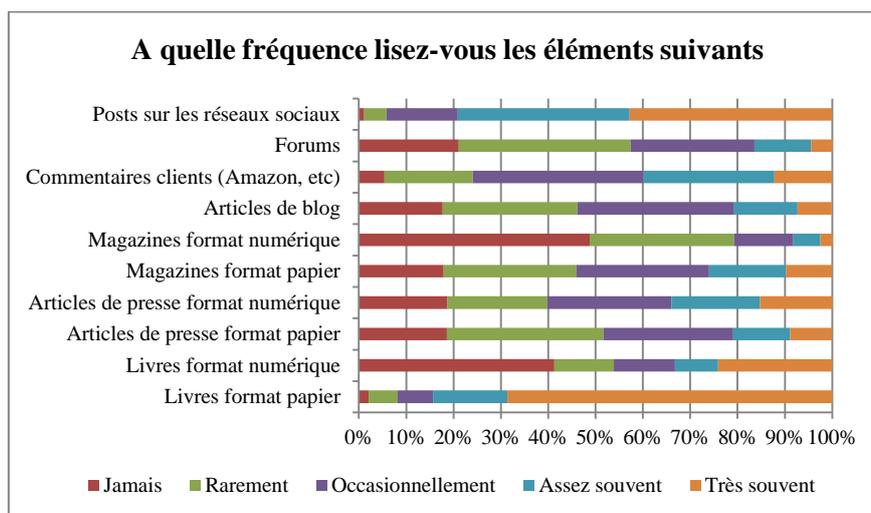
Les femmes sont plus adeptes de la lecture de livre que les hommes comme nous l'avions déjà vu dans la recherche documentaire. En effet, les femmes sont de grandes lectrices, seulement 0.6% des répondantes ne lisent aucun livre contre 66.8% qui en lisent plus de 15 en moyenne par an. Les répondants masculins sont également de bons lecteurs, bien que le pourcentage d'hommes ne lisant aucun livre est de 10.5% contre 43.9% qui en lisent plus de 15. Ceux qui ne lisent aucun livre lisent parfois d'autres choses comme les postes sur les réseaux sociaux et les articles de presse en format numérique.



*Figure 7. 77 : Croisement « Vous êtes ? » et « Combien de livres lisez-vous en moyenne par an ? », n=722*

### 7.2.3.2 Que lisent-ils et pourquoi ?

Dans cette enquête, nous nous sommes intéressés à ce que lisent les internautes. Nous pouvons constater que les livres en format papier sont lus le plus souvent, 68% des répondants affirment lire ce format très souvent alors qu'ils ne sont que 2% à ne jamais le lire. Néanmoins, les commentaires clients sont également consultés de manière régulière, ainsi que les postes sur les réseaux sociaux et les articles de presse en format numérique et en format papier. Quant aux livres numériques, ils ont moins de succès avec 41% des personnes ne lisant jamais ce format.



*Figure 7.8 : «Veuillez préciser à quelle fréquence vous lisez les éléments suivants», n =722*

Nous avons vu que les livres sont des biens culturels se référant à des activités artistiques ou récréatives avec 93% des lecteurs affirmant lire pour le plaisir (CNL, 2019). En effet, les principales raisons de lire sont le plaisir (98%), le désir et le besoin d'évasion (91,3%), et les recommandations en ligne (84.8%) (Fig 7.11 : « Pourquoi lisez-vous ? », n=712). Dans notre revue documentaire, nous avons vu que le plaisir et l'évasion étaient des raisons évoquées par les femmes alors que les hommes lisaient pour approfondir leur connaissance. Dans notre cas, les raisons de lire ne varient pas en fonction du sexe (Figure 7.76 : Croisement « Vous êtes ? » et « Pourquoi lisez-vous ? », n=712). Le plaisir reste la raison principale de lire avec le désir d'évasion et les recommandations en ligne ou d'un proche.

Les genres littéraires préférés sont les livres policiers avec 84.6%, ainsi que les autres types romans (Fig 7.10 : *Quel genre de livres lisez-vous ?* », n=712).

Même si la lecture reste un loisir, il est difficile pour le lecteur, rappelons-le, de connaître la satisfaction qu’il va retirer de sa lecture (Gensollen, 2006). En conséquence, on constate que 42.3% des répondants ont parfois peur d’acheter un livre parce qu’ils ne savent pas s’il va leur plaire (Fig 7.39 : « *J’ai parfois peur d’acheter un livre parce que je ne sais pas s’il va me plaire* », n=719).

### 7.2.3.3 Canaux privilégiés pour se procurer un livre

Les lieux d’achat favoris sont d’après notre revue documentaire les grandes surfaces culturelles, les librairies et internet. Les répondants à notre enquête ont confirmé par leurs réponses, favoriser ces trois lieux pour se fournir en ouvrages littéraires. Bien que dans notre cas, ils préfèrent s’approvisionner sur internet en premier lieu, dans les librairies et enfin dans les grandes surfaces culturelles.

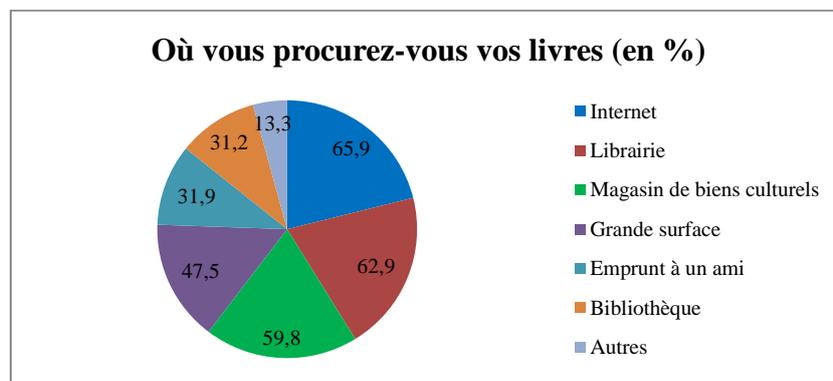
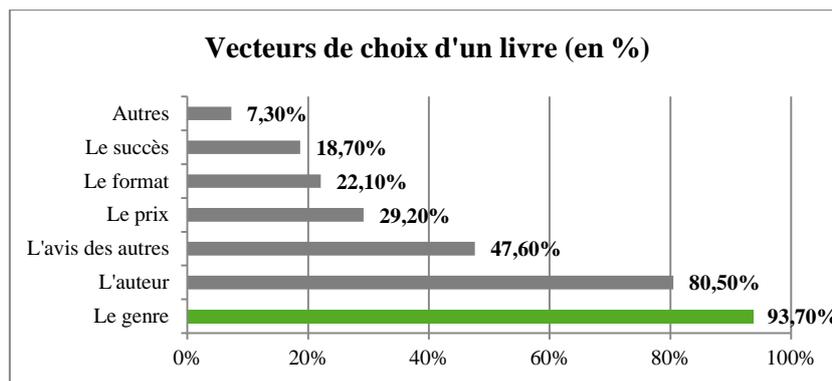


Figure 7.12 : « *Où vous procurez-vous habituellement vos livres ?* », n=712

### 7.2.3.4 Vecteur de choix d’un livre

Les lecteurs choisissent un livre sur base des recommandations d’une personne auxquelles ils s’identifient. Cela peut être un membre de la famille, un ami ou un expert. Ils choisissent aussi des livres d’auteur qu’ils apprécient ou parce que le résumé ou le sujet de l’ouvrage les intéressent (CNL, 2017). Ici, nous pouvons constater que le genre littéraire (93.6%) est le premier facteur de choix, avec l’auteur (80.3%) et l’avis des autres (47.6%).



*Figure 7.13 : « Veuillez sélectionner les éléments importants pour vous concernant le choix d'un livre », n=712*

### ➤ Le bouche-à-oreille

Le bouche-à-oreille va avoir un impact très important sur l'intention comportementale d'un lecteur. Les recommandations d'un proche influencent grandement le choix des lecteurs. 48% des répondants sont d'accord pour dire qu'ils auront tendance à choisir un livre recommandé par l'un de leurs proches (Fig 7.15 : « J'aurais tendance à choisir un livre dont mes proches m'ont parlé », n=720). La note attribuée par les autres lecteurs est également très importante. 60% des personnes interrogées disent consulter les notes attribuées par les autres lecteurs avant d'acheter un livre (Fig 7.19 : « Je consulte les notes attribuées par les autres lecteurs avant d'acheter un livre », n=720) et 59% d'entre eux préfèrent lire des avis sur le livre avant de faire leur choix (Fig 7.18 : « Je préfère lire des avis sur un livre avant de le lire », n=720).

### ➤ Les réseaux sociaux

Comme démontré précédemment dans le comportement de navigation en ligne, les sondés sont tous présents sur au moins un réseau social. De plus, 93% pensent que les réseaux sociaux leur ont permis de découvrir des livres qu'ils n'auraient jamais lus sans eux (Fig 7.27 : « Les réseaux sociaux m'ont permis de découvrir des livres que je n'aurais jamais lus sans eux », n=720) et 91% affirment avoir déjà acheté un livre après avoir vu une publication de celui-ci sur les réseaux sociaux (Fig 7.23 : « Il m'arrive d'acheter un livre après avoir vu une photo/un post de celui-ci sur les réseaux sociaux », n=720).

### ➤ Communauté

Nous avons vu que les blogueurs avaient le sentiment de faire partie d'une communauté, principalement sur les réseaux sociaux. 97% des personnes interrogées aiment parler d'un livre qu'elles ont apprécié avec d'autres personnes (Fig 7.28 : « J'aime discuter des

*livres qui m'ont plu avec d'autres personnes* », n=720). De cette tendance sont nées des communautés de lecteur. 90.5% des répondants sont d'accord pour dire qu'internet leur a permis de faire partie d'une communauté en rapport avec leur passion (Figure 7.34 : « *Internet m'a permis de faire partie d'une communauté en rapport avec ma passion* », n=718).

#### **7.2.4 Le contrôle perçu sur le comportement de lecture**

Rappelons que le contrôle perçu est la perception positive ou négative d'un individu liée à l'aisance de celui-ci à atteindre l'information qu'il recherche (Chouk et Perrien, 2003). C'est pourquoi nous avons, dans un premier temps, désiré savoir si la difficulté à atteindre l'information constituait un frein à l'intention comportementale du lecteur, pour pouvoir mesurer la présence sociale des médias, dans un second temps.

Nous avons découvert en interrogeant le panel à travers la question « *Quand je cherche des informations sur un livre, je veux tout de suite tout trouver (le prix, l'auteur, etc.), je n'aime pas perdre du temps à chercher* » que le lecteur ne désire pas perdre du temps à chercher l'information qui l'intéresse (48%). De plus, il préfère agir de manière indépendante. Il va, notamment, de lui-même rechercher les informations au lieu de poser la question à un vendeur (Fig 7.24 : « *Je préfère rechercher des informations sur internet que de demander à un vendeur dans un magasin* », n=720).

Nous avons vu que la présence sociale d'un média influence l'intention comportementale d'un lecteur. Nous souhaitons établir quels médias étaient considérés, par les répondants, comme les plus amènes à transmettre des signaux sociaux.

##### ➤ **Les vidéos**

Nous savions que les vidéos, dont la télévision, avaient une présence sociale plus importante qu'un autre média. Dans cette étude, nous avons pu constater que 63.3% des répondants ne sont pas d'accord avec l'affirmation : « *Si on parle d'un livre à la télé, il a plus de chance de me plaire* » (Fig 7.29 : « *Si on parle d'un livre à la télé, il a plus de chance de me plaire* », n=720). De même que 75.6% ne sont pas d'accord avec l'affirmation suivante : « *Je préfère regarder une vidéo que de lire un article de blog sur le même sujet* » (Fig 7.40 : « *Je préfère regarder une vidéo que de lire un article de blog sur le même sujet* », n= 720). Cela nous incite à penser que les médias considérés avec une forte présence sociale par Short, Williams et Christie (1976), ont évolué avec les nouvelles technologies.

## ➤ Réseaux sociaux

Afin de déterminer le degré de présence sociale de différents réseaux sociaux, nous avons interrogé notre panel sur la capacité d'après eux des différents médias ci-dessous pour parler de ses lectures sur une note de 1 (signifiant pas du tout adapté) à 10 (signifiant tout à fait adapté). Nous avons ensuite calculé la moyenne de classement des différents réseaux sociaux, voici les résultats :

*Tableau 7.1 : Moyenne de classement des réseaux sociaux pour parler de ses lectures « A combien jugeriez-vous les réseaux sociaux suivants adaptés pour partager votre avis/ commentaires sur vos lectures? »*

<b>Présence sociale des réseaux sociaux pour parler littérature</b>					
<b>1</b>	Babelio	7,91	<b>7</b>	Wattpad	5,69
<b>2</b>	Facebook	7,79	<b>8</b>	Instagram	5,47
<b>3</b>	Livreaddict	7,69	<b>9</b>	YouTube	5,22
<b>4</b>	Mon Blog	7,24	<b>10</b>	Twitter	4,33
<b>5</b>	SensCritique	7,06	<b>11</b>	Pinterest	4,21
<b>6</b>	BlablaLivre	6,81	<b>12</b>	Snapchat	2,59

### Babelio

Babelio est le réseau social littéraire francophone le plus utilisé. Notre étude confirme les bonnes capacités de ce média pour parler de ses lectures en obtenant la meilleure moyenne.

### Facebook

La majorité des répondants à cette enquête proviennent de Facebook, nous pouvons y voir une logique sur le fait qu'ils pensent que Facebook est un réseau social adapté pour parler de ses lectures. Facebook décroche la seconde position de notre classement.

### Les blogs

Les blogs obtiennent également une moyenne élevée. Ils sont donc considérés comme de bons moyens pour parler de ses lectures par les répondants de l'enquête.

## **7.2.5 Pression sociale perçue par les lecteurs et les influenceurs**

Nous avons vu dans l'étude qualitative que les blogueurs sont autant influencés, qu'ils influencent eux-mêmes. Revenons sur les statistiques obtenues sur le blogging dans cette seconde étude.

### 7.2.5.1 Point de vue du Blogueur

#### ➤ Profil du blogueur et implication

6.4% des répondants à l'enquête sont des blogueurs (Fig 7.46 : « Avez-vous personnellement un blog », n=722). Vu le faible nombre de réponses, les résultats doivent être analysés avec précaution.

#### ➤ Généralités

Les blogueurs ont entre 18 et 44 ans et sont majoritairement des femmes. Ils préfèrent utiliser un pseudo pour la grande majorité d'entre eux (47.8%) (Fig 7.49: « Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur le blog ? », n=46) et parlent principalement de livres (82.6%), de films et séries (13%) et de style de vie et musique (10.9%) (Fig 7.47 : « De quoi parlez-vous sur votre blog? », n=46).

#### ➤ Implication

Le nombre de visiteurs sur le blog est le plus souvent de moins de 100 par jour (60.9%), seulement 6.5% glanent plus de 100 personnes et 13% sont dans la moyenne (Fig 7.51 : « La moyenne des visiteurs d'un blog est de 100 personnes par jour, êtes-vous au-dessus, en dessous ou dans la moyenne? », n=46). En ce qui concerne leur implication, ils publient régulièrement, 30.4% des répondants publient plusieurs fois par semaine et 19.6% publient une fois par semaine.

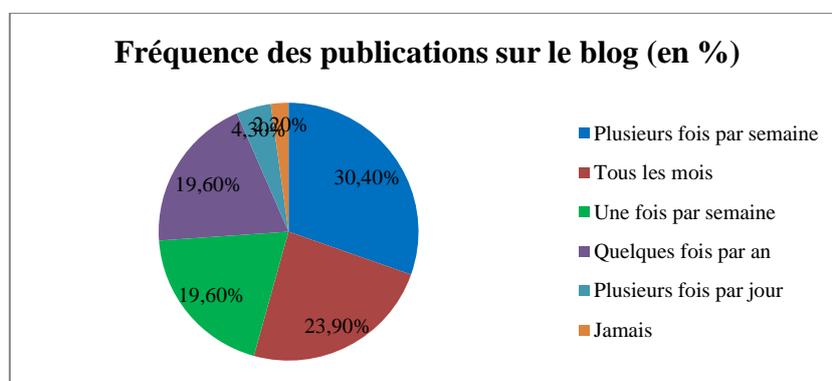


Figure 7.50 : « A quelle fréquence publiez-vous ? », n=46

Ils sont d'accord pour dire que publier souvent permet d'obtenir de meilleurs résultats (Fig 7.53: « Publier souvent permet d'améliorer mes résultats (nombre de vues, nombre d'abonnés, nombre de partages) », n=46). Par contre, la longueur d'un article n'est pas un gage de qualité, mais peut influencer la visibilité sur internet. Les images, photos ou vidéos permettent également d'après les répondants d'obtenir de meilleurs résultats.

➤ **Raisons de bloguer et impact sur la vie personnelle du blogueur**

Ils sont majoritairement d'accord pour dire que le blog a un impact sur leur vie personnelle (26.1%) et professionnelle (21.7%). Bien que 30.4% affirment qu'il n'a aucun impact. (Fig 7.61: « *Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle ?* », n=46). Leurs raisons sont l'envie de partager et de rencontrer des personnes avec les mêmes passions, confirmant les dires des blogueurs interrogés dans l'étude qualitative. Mais également s'exprimer et développer leur activité professionnelle.

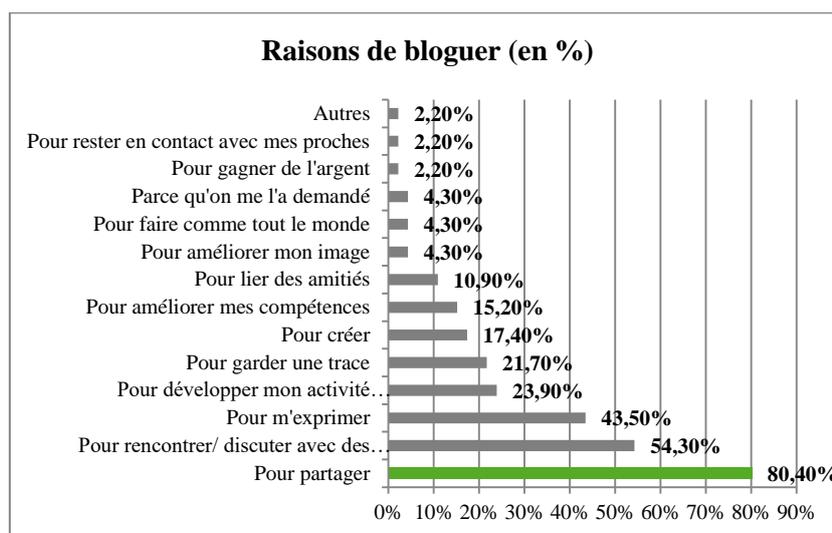


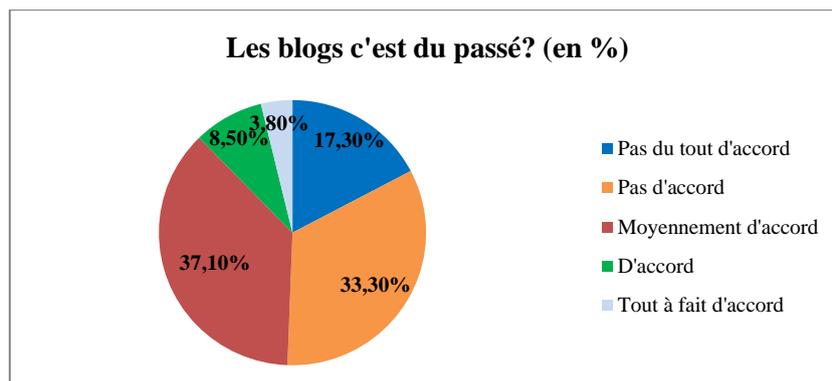
Figure 7.48 : « *Pourquoi bloguez-vous ? Pourquoi tenez-vous un blog ?* », n=46.

De plus, 58.7% des répondants affirment que si l'occasion se présentait de gagner de l'argent grâce au blog, ils saisiraient leur chance, contre seulement 8.7% qui ne le ferait pas et 32.6% qui ne savent pas. (Fig 7.62 : « *Si la possibilité de gagner de l'argent ou de recevoir des avantages en nature vous était donnée en échange d'un article sur le blog ou les réseaux sociaux, accepteriez-vous ?* », n=46)

Parmi ceux qui ont des partenariats, ils sont 50% à recevoir des articles gratuits en échange d'un article sur le blog ou, pour 40.5% d'entre eux, sur les réseaux sociaux, alors qu'un seul reçoit de l'argent en échange d'un article ou d'un post sur les réseaux sociaux. (Fig 7.63 : *Avez-vous des partenariats avec des entreprises ou autres ?* », n=46).

➤ **L'avenir du "blogging"**

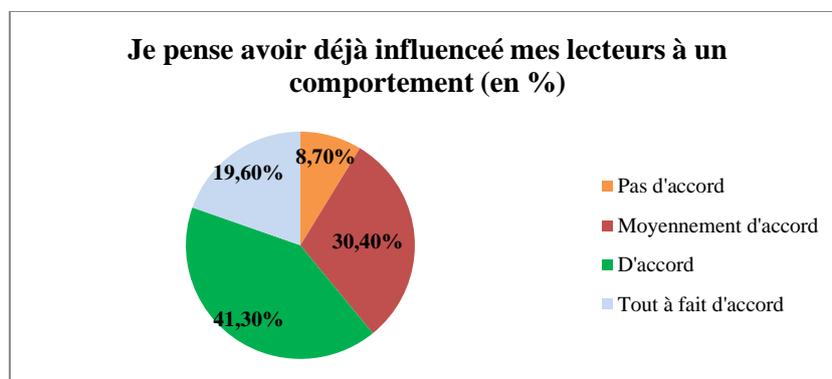
L'avis concernant l'avenir du "blogging" est mitigé parmi les répondants. En effet, 50.6% ne pensent pas que les blogs soient du passé, 37.1% sont moyennement d'accord et 12.3% pensent qu'ils sont du passé.



*Figure 7.68 : « Que pensez-vous de cette affirmation : Les blogs c'est du passé ! », n=717*

### 7.2.5.2 Pression sociale perçue

Comme dans l'étude qualitative, nous avons désiré mesurer le niveau de pression sociale perçue par les blogueurs. Il en ressort qu'ils ne se sentent pas obligés de publier (Fig 7.57 : « Je me sens parfois obligé de publier », n=46). Donc, la pression sociale de la part de leurs abonnés est relativement faible, alors que la pression sociale qu'ils engendrent eux-mêmes par leur publication est forte. En effet, 91% des répondants affirment avoir déjà influencé l'un de leurs lecteurs à un comportement.



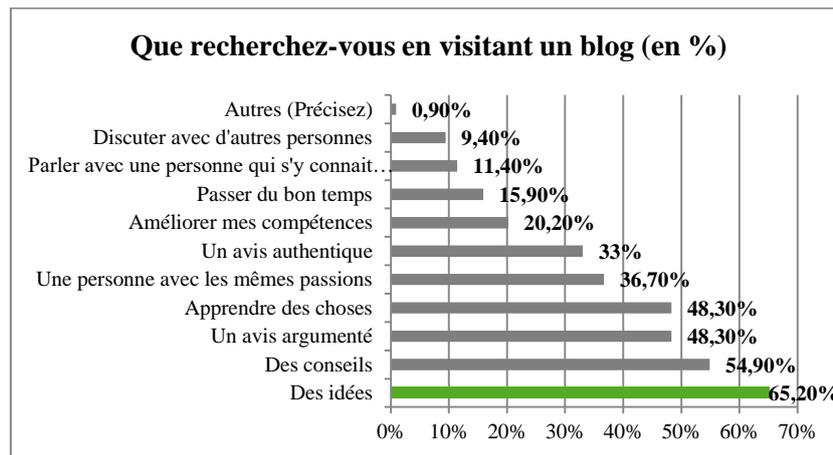
*Figure 7.58 : « Je pense avoir déjà influencé mes lecteurs à un comportement (Ex.: certains ont lu le livre après leur en avoir parlé) », n=46*

### 7.2.5.3 pression sociale perçue par les lecteurs d'articles de blog

26% des répondants ne lisent jamais d'articles de blog, les raisons évoquées sont que ça ne les intéresse pas (45.1%), qu'ils ne savent pas vraiment pourquoi (23.4%) et qu'ils n'aiment pas le format (20.1%) (Fig 7.65 : « Pourquoi ne lisez-vous jamais d'articles de blog ? », n=184). Paradoxalement, lorsque nous croisons les personnes ayant répondu qu'ils ne lisaient jamais d'articles de blog dans la question sur la fréquence des lectures avec la question lisez-vous

des articles de blog, ils sont 32% à dire en lire rarement à occasionnellement (Fig 7.66 : Croisement « Que lisez-vous ? des articles de blog » et « Lisez-vous des articles de blogs », n=722).

Parmi les personnes qui en lisent, ils préfèrent les articles littéraires (66.9%), de cuisine (48.3%) et de bricolage (35.2%) (Fig 7.67 : « Quels genres d'articles lisez-vous sur blogs », n=534). Ils recherchent principalement des idées, des conseils, un avis argumenté et à apprendre de nouvelles choses en consultant des blogs.



*Figure 7.69 : « Que recherchez-vous en visitant un blog ? », n=534*

En nous intéressant à l'effet que les blogueurs ont sur leurs lecteurs, nous avons découvert qu'ils sont parfois considérés comme une source d'inspiration par 55.4% des répondants (Fig 7.20 : « Les blogueurs sont une source d'inspiration pour moi », n=720). Et par 44% des répondants comme des experts dans leur domaine (Fig 7.33 : « Je pense que les personnes qui publient régulièrement sur leur blog ou sur leurs réseaux sociaux sont des experts dans leur domaine », n=720). Prouvant ainsi que les blogs constituent des sources d'information légitime pour les répondants.

### 7.3 Conclusion des études et recommandations managériales

L'évolution du web a renforcé l'intelligence collective (Filip et al., 2008). Elle tisse des liens entre les internautes sans qu'une présence physique soit nécessaire faisant émerger des collectifs à travers le web et principalement sur les réseaux sociaux. 90.5% des répondants affirment faire partie d'une communauté en rapport avec leur passion sur internet.

Comme nous l'avons vu, le comportement du consommateur et ses besoins ont évolué avec internet. Dans l'enquête réalisée, 57% disent ne pas pouvoir se passer d'internet, transformant ainsi la connectivité en un besoin physiologique. Une affirmation qui se

confirme par l'usage important qu'en font les répondants avec 14.8% allant toutes les heures sur le web et 80.6% navigant plusieurs fois par jour. Ensuite, il y a le besoin de sécurité qui a également changé avec l'usage du web. Effectivement, l'internaute l'utilise pour se rassurer dans ses choix et il est heureux d'avoir l'opportunité de pouvoir à tout moment se connecter depuis n'importe où à l'aide de son mobile à internet. De même, le besoin d'appartenance a également évolué. Il s'est notamment démultiplié à travers les réseaux sociaux. 99% des répondants sont sur Facebook, par exemple. Ensuite, le besoin d'estime s'est développé avec l'envie de s'exprimer sur des sujets qui nous passionnent, de partager avec des personnes qui ont les mêmes centres d'intérêt (80.4%) et de faire des rencontres (54.3%). Il est particulièrement observable chez les blogueurs. Nous avons également remarqué qu'ils ressentent le besoin de publier et qu'ils ne savent pas vraiment couper du monde du "blogging" de peur de décevoir leur lecteur. Enfin, le besoin d'épanouissement est également observable à travers l'implication des blogueurs. Ils ont envie d'être toujours plus compétents et pensent que publier souvent améliore leurs résultats (92%). Ce comportement s'observe aussi par l'image que les internautes désirent projeter d'eux-mêmes. Ils pensent qu'en lisant un livre qui a été validé par des personnes appartenant à leurs groupes sociaux, ils vont plaire à leur communauté. 47% affirment choisir leur lecture sur base des recommandations des autres. En effet, l'attitude d'un individu est liée aux stimuli des médias sur lesquels il est présent ; 91% disent avoir déjà lu un livre grâce à un post ou une photo qu'ils ont vus sur les réseaux sociaux. Nous conseillons alors aux acteurs du marché du livre d'intégrer l'évolution des besoins numériques dans leur stratégie de ciblage. En développant des applications web dédiées comme « Pottermore », par exemple, J.K. Rowling a su développer, autour du monde d'Harry Potter, une application avec toutes les nouveautés et nouvelles sur le sujet. Elle va également publier via cette application quatre livres sur le monde de la magie. Les acteurs du marché peuvent également développer, par leur présence sur les réseaux sociaux, le besoin d'appartenance des individus et encourager le besoin d'estime en mettant en avant les critiques des lecteurs.

La forte connectivité du consommateur amène aujourd'hui à un conformisme social. Les lecteurs ne font plus seuls leur choix de livre, mais intègrent l'opinion des autres (85%) et partagent la leur (80%) à travers les outils du web. Donc, le comportement des lecteurs est impacté par les UGC. 50% des répondants, rappelons-le, affirment consulter des avis, notes et commentaires des clients en ligne. La présence sociale concernant les recommandations en ligne est par conséquent un plus fort levier d'influence que l'expertise comme nous le

démontrent nos résultats : 66% ne pensent pas que l'avis d'un expert est plus pertinent que celui d'une autre personne. C'est pourquoi il est intéressant pour les acteurs du marché d'intégrer les nouveaux usages que font les consommateurs du web, en sollicitant notamment des influenceurs, en étant présents sur les médias sociaux et en demandant l'avis des internautes dans une optique d'amélioration constante.

Rappelons que la présence sociale est la capacité d'un média à transmettre des signaux sociaux. La télévision était un média avec une forte présence sociale à l'époque où Short, William et Christie ont établi cette théorie. Dans nos enquêtes, nous avons remarqué le déclin de l'influence de la télévision à travers l'affirmation « *Si on parle d'un livre à la télé, il a plus de chance de me plaire* » avec 66% des répondants affirmant ne pas être d'accord avec cette affirmation. Les vidéos ne constituent pas un meilleur moyen de communication d'après 73% des répondants qui préfèrent lire un article que de regarder une vidéo sur le même sujet. Pour résumer, internet et principalement les réseaux sociaux sont devenus les médias avec l'influence la plus importante. Les internautes se sentent intimes avec leurs interlocuteurs sur le web, ils n'hésitent pas à se confier sur leurs expériences. D'où l'intérêt pour les acteurs du marché de l'édition d'entretenir des relations de proximité avec les lecteurs. Notamment, en proposant de se rassembler autour d'un hashtag, d'un défi, d'un événement ou d'une expérience de lecture.

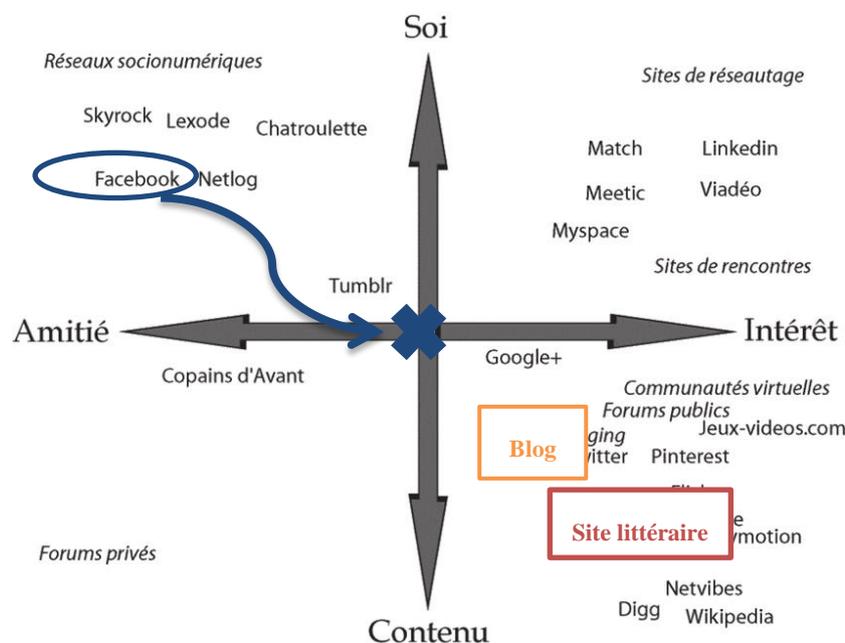
Les réseaux sociaux sont, comme nous l'avons plusieurs fois mentionné, des vecteurs d'influence. Ils fonctionnent sur le principe de la participation de masse. La participation va dépendre de l'intérêt de l'internaute pour un sujet ou de son désir d'amitié, mais également son envie de publication de soi ou de publication de contenu.

Ils se sentent plus à l'aise sur Facebook (99% y sont présents) qui obtient la seconde place du classement des meilleurs réseaux sociaux pour parler de ses lectures. Facebook dans cette optique n'est donc plus seulement un réseau axé sur l'amitié et la publication de soi, mais également sur l'intérêt pour un sujet et/ou la création de contenu. Il doit alors être repositionné sur la cartographe de Stenger et Coutant dans une position plus centrale (voir ci-dessous). L'utilisation de Facebook est donc fortement recommandée dans le secteur littéraire.

De plus, les sites littéraires comme Babelio, LivreAddict, Wattpad, etc. sont également de bon moyen communicationnel pour parler de ses lectures. Les blogueurs les utilisent parallèlement à leur blog et leur page sur les réseaux sociaux pour partager leur chronique. Ils sont

complètement axés sur le contenu et l'intérêt de la personne. Les maisons d'édition et les auteurs peuvent facilement créer et alimenter un compte sur les réseaux sociaux littéraires à un coût dérisoire. Rappelons que les grands lecteurs sont très présents sur les médias sociaux littéraires, c'est pourquoi il est important pour les acteurs du monde littéraire d'y être présents afin de fidéliser les lecteurs ou de les attirer s'ils ne sont pas encore consommateurs.

Les blogs peuvent dans notre cas être positionnés avec plus ou moins de précision sur la cartographie. Les blogueurs écrivent par intérêt sur un sujet, par passion, si nous reprenons leurs termes. Mais également dans l'objectif de partager du contenu et non des éléments personnels. Par contre, nous devons prendre en considération qu'ils le font également dans l'espoir de rencontrer des personnes aux mêmes centres d'intérêt et par conséquent par amitié.



*Figure 7.78 à partir de la cartographie de Stenger et Coutant*

Dans nos études nous avons principalement interrogé des blogueurs littéraires (82%). Mais ils se cantonnent rarement à un seul sujet. C'est une activité solitaire, bien qu'elle permette de rencontrer d'autres personnes. Les blogueurs travaillent bénévolement pour leur site, c'est avant tout un désir de création et de partage qu'un moyen de subvenir à leurs besoins. Ils sont très peu à être rémunéré (2.4%) ou alors en nature (19%). L'impact sur leur vie personnelle varie selon les individus et leurs objectifs. Il peut avoir une influence sur la vie personnelle (26.1%) ou professionnelle (4.3%) ou bien les deux (21.7%). Bien que le "blogging" n'est plus tout jeune, il est encore très utilisé et pas encore sur le déclin (50% ne pensent pas que ce soit du passé). Les blogs permettent souvent à leur lecteur de trouver des

idées, des conseils, un avis argumenté et apprendre des choses. L'intégration des blogueurs dans la stratégie promotionnelle des acteurs du marché littéraire peut s'avérer bénéfique. D'un côté, le blogueur reçoit une rémunération en nature ou monétaire de la part des maisons d'édition ou de l'auteur et en contrepartie, il communique à son réseau sur un ouvrage à paraître. De plus, les maisons d'édition devraient ouvrir et gérer, en plus de leur site internet, un blog externe. En effet, ce dernier permettra d'améliorer le référencement naturel du site principal, d'élargir son audience et améliorer sa notoriété.

En effet, les principaux vecteurs de choix d'un livre sont le genre (93%) et l'auteur (80%), mais également l'avis des autres (47%). Ce dernier est souvent primordial dans l'intention comportementale d'un lecteur. Une note ou un commentaire peuvent modifier l'attitude envers un livre donné. Tout comme la pression sociale ressentie par le lecteur. Effectivement, la communauté à laquelle il s'identifie impacte significativement son intention comportementale, à travers ses propres consommations, mais également le média utilisé.

## Conclusion

L'objectif de nos recherches était de déterminer le processus de choix d'un livre sur une approche basée sur le modèle du comportement planifié de Azjen (1991). Pour ce faire, une étude exploratoire a été réalisée au moyen de deux enquêtes : une qualitative auprès de 10 blogueurs et une quantitative auprès de 722 internautes. Cette étude nous a permis d'apporter des pistes de réponse à notre question de recherche : « Les médias sociaux amènent-ils à lire ? » et de prouver que le comportement du lecteur a changé avec l'évolution du web.

Afin d'atteindre cet objectif, nous avons réalisé une revue de littérature traitant de l'évolution du web et de ses usages, ainsi que l'impact d'une économie de la contribution sur le comportement du consommateur. Nous avons également établi une typologie des médias sociaux et analysé l'usage des blogs. Nous avons aussi évalué le marché du livre et précisé qui est le lecteur actuel. Nous avons pu ainsi établir un cadre conceptuel, afin d'émettre des hypothèses de recherche. Nous nous sommes basées sur la théorie du comportement planifié d'Azjen (1991) pour contextualiser nos hypothèses. Cette théorie part du principe que le comportement est déterminé par l'intention comportementale du lecteur qui, elle-même, est influencé par l'attitude envers le comportement, les normes sociales et le contrôle perçu. Nous présentons ci-dessous nos conclusions à ce travail.

Tout d'abord, nous avons constaté que l'intention comportementale d'un internaute est influencée par la notation et les commentaires publiés sur internet. Les individus sont très présents en ligne et aiment consulter les avis, notes et commentaires clients sur le web. Près de 60% des répondants consultent les notes attribuées par les autres lecteurs avant d'acheter un livre.

Ensuite, nous avons découvert que les recommandations en ligne sont l'une des raisons de lire, avec le plaisir et le besoin d'évasion. L'avis des autres constitue également l'un des vecteurs de choix d'un livre pour 40% des répondants à notre enquête. Nous pouvons en conclure qu'avec internet, les recommandations ont pris une plus grande importance dans le choix des lecteurs. En effet, les livres sont des biens complexes dont l'utilité est difficilement observable avant sa consommation. C'est pourquoi le lecteur va rechercher volontairement la prescription d'une personne à laquelle il s'identifie, sans pour autant connaître le prescripteur. Connaître ou non l'influenceur n'impacte pas la confiance du

receveur de l'information. En effet, 74% des répondants interrogés durant la seconde enquête affirment faire confiance à l'avis des personnes qu'ils ne connaissent pas.

Dans ce processus, l'intention comportementale sera influencée par le risque perçu et la confiance envers le prescripteur. En ce qui concerne le risque perçu, près de 50% des répondants sont d'accord pour dire qu'ils ont parfois peur d'acheter un livre, parce qu'ils ne savent pas si ce dernier va leur plaire. Afin de se rassurer dans leur choix, ils vont avoir recours aux recommandations de personnes l'ayant lu avant eux. Ils diminuent alors le risque par un processus de recherche d'informations sur le livre.

La confiance que le lecteur accorde au prescripteur sera, quant à elle, influencée par les connaissances et la légitimité du prescripteur. Les blogueurs sont perçus comme des sources d'information légitime d'après nos études pour deux raisons.

Premièrement par leur implication sur le blog. Les blogueurs les plus assidus publient plusieurs fois par semaine et obtiennent de meilleurs résultats. Fiona, l'une des blogueuses interrogées, par exemple, publie 2 à 3 fois par semaine et obtient plus de 100 visiteurs par jour sur le blog. Elle est très investie dans son activité. En plus de publier régulièrement, elle tient à jour les réseaux sociaux sur lesquels, elle est fortement présente.

Deuxièmement parce que les blogueurs sont considérés comme des sources d'inspirations. En effet, en visitant un blog, les internautes recherchent des idées et des conseils. Le blogueur est donc considéré comme un expert dans son domaine autant qu'un critique littéraire professionnel. Ils influencent facilement à travers leur audience.

Nous avons également mesuré l'influence des prescriptions involontaires auxquelles sont soumis les internautes à travers les réseaux sociaux. L'utilisation des réseaux sociaux est la première activité des internautes (94%). Facebook, YouTube et Instagram sont les réseaux favoris des internautes. Par leur forte connectivité, les lecteurs sont influencés dans leur intention de lecture. Rappelons que 91% des répondants disent avoir déjà été influencés par un post ou une photo sur les réseaux sociaux. De plus, 9 des personnes interrogées dans l'étude qualitative affirment avoir déjà été influencées.

Nous avons vu que le besoin d'appartenance à un groupe social autour de la lecture s'est développé avec l'évolution des usages d'internet dans la vie quotidienne des individus. 90.5% des répondants font partie d'une communauté et 86% des grands lecteurs (+15 livres par an) appartiennent à une communauté autour de leur passion.

Enfin, la facilité ou la difficulté pour le consommateur de réaliser le comportement influence l'intention comportementale d'un lecteur. Nous avons évalué le contrôle perçu à travers la présence sociale des médias. Babelio est le réseau le plus amène pour parler littérature. Facebook vient en seconde position, suivi par Livreaddict et le blog. Instagram arrive en 8<sup>e</sup> position. Sachant que ce travail a été lancé sur le constat qu'Instagram influençait fortement les lectures personnelles, nous pouvons voir qu'il n'est pas le réseau le mieux adapté d'après les répondants pour parler littérature.

De manière globale, nous avons remarqué que les médias sociaux amènent les lecteurs à lire des ouvrages qu'ils n'auraient pas choisis sans leur intervention.

# Bibliographie

Ajzen I. (1991), « The theory of planned behavior ». *Organizational behavior and human decision processes*, 50, pp179-211

Ardelet C. et Brial B. (2011), « Influence des recommandations d'internautes: le rôle de la présence sociale et de l'expertise », *Recherche et Applications en marketing (French Edition)*, SAGE Publications, pp 45-69

Argyle, M., Dean, J. (1965). « Eye contact, distance and affiliation », *Sociometry*, 28(3), pp 289-304

Bahtar A.Z., Muda M. (2015), « The Impact of User –Generated Content (UGC) on Product Reviews towards Online Purchasing –A Conceptual Framework », pp 337-342

Bearden W.O. et Etzel M.J. (1982), «Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decisions», *Journal of Consumer Research* 9, pp 183-194.< <https://www2.bc.edu/arch-woodside/nov%202%20reference%20grp.pdf> >

Beauvisage T., Beuscart J.S., Cardon V., Mellet K. et Trespeuch M. (2013), « Notes et avis des consommateurs sur le web. Les marchés à l'épreuve de l'évaluation profane. », *Réseau Vol 1*, pp 131-161

Belal H.M. (2017), « Social Networking Experiences on Facebook: A Study on the Students' of Comilla University », *Journal of Mass Communication & Journalism vol.7* < <https://www.omicsonline.org/open-access/social-networking-experiences-on-facebook-a-study-on-the-studentsof-comilla-university-2165-7912-1000333.pdf> >

Benkler Y (2006)., « The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom », New Haven, Yale University Press, pp. 30.

Béraud P. et Cormerais F. (2011), « Économie de la contribution et innovation sociétale », *Innovations*, vol. 34, pp 163-183

Bitouzet C. (2000), « Les communautés d'intérêt à l'heure internet, ou les barbares contre les rentiers », *Revue Française du Marketing*, Paris

Bollinger D. Et Hofstede G. (1987), « Les différences culturelles dans le management : comment chaque pays gère-t-il ses hommes ? », Paris, Éd. D'organisation

Bougnoux D. (1995), « La communication contre l'information », Éd. Hachette, pp 143

Bourgonue-Larsen L. (2009), « Les nouvelles technologies », *Pouvoirs vol 3*, pp 65-80

Boyd D. (2007), « Viewing American class divisions through Facebook and MySpace », *Apophenia Blog Essay*. June 24. <http://www.danah.org/papers/essays/ClassDivisions.html>

Brée J. (2017), « Le comportement du consommateur - 4e édition », Ed. Dunod,

Chevalier J.et Mayzlin D. (2006), « The Effect of Word of Mouth on Sales: Online Book Reviews », *Journal of Marketing Research*, Vol. 43, n°3, pp. 345-354

Chouk I. et Perrien J. (2003), « Les déterminants de la confiance du consommateur lors d'un achat sur un site marchand : proposition d'un cadre conceptuel préliminaire », *cahier n°318*, centre de recherche DMSP

Clement M., Proppe D. et Rott A. (2007), "Do Critics Make Bestsellers? Opinion Leaders and the Success of Books," *Journal of Media Economics*, Taylor & Francis Journals, vol. 20(2), pp 77-105.

Cobb, S. C. (2009), « Social presence and online learning: a current view from a research perspective », *Journal of Interactive Online Learning*, pp 241-254

Coutant A. (2013), « Quelle place pour l'innovation dans les médias sociaux ? », *Communication et organisation*, 43, pp 123-134.

Darpy D. et Volle P. (2003), *Comportement du consommateur : concept et outils*, Dunod, Paris.

Decrop A. (2008), « Les paradoxes du consommateur postmoderne », *Reflets et perspectives de la vie économique*, (Tome XLVII), pp 85-93. < <https://www.cairn.info/revue-reflets-et-perspectives-de-la-vie-economique-2008-2-page-85.htm> >

Filip A., Gharbi I., Gizard S., Honnart J., Indrecan C. (2008), « Le Web 2.0 » Département Télécommunications, Services et Usages – INSA de Lyon, pp 06-07

Filser M. (2002), « Le marketing de la production d'expérience : statut théorique et implications managériales », *Décisions Marketing*, n° 28, pp 13-22.

Frisou J. (2000), « Confiance interpersonnelle et engagement : une orientation béhavioriste », *Recherche et Applications en Marketing*, 15, 1, pp 63-80.

Gaillard I. (2004), « Télévision et chronologies », *Hypothèses* n°70, pp 171-180

Gensollen, M. (2004), « Économie non rivale et communautés d'information », *Réseaux*, no 124(2), pp. 141-206

Gensollen, M. (2006), « La culture entre économie et écologie : l'exemple des communautés en ligne. » Xavier Greffe éd., *Création et diversité au miroir des industries culturelles: Actes des Journées d'économie culturelle*, pp. 285-312

Gensollen, M. (2006), « Les communautés en ligne : échanges de fichiers, partage d'expériences et participation visuelle ». *Esprit*, pp.179-194.

Giger J-C. (2008), *Examen critique du caractère prédictif, causal et falsifiable de deux théories de la relation attitude-comportement : la théorie de l'action raisonnée et la théorie du comportement planifié*. *L'année psychologique*, 108(1), pp107-131

Gilles M. (2007), « James Dean et La fureur de vivre : l'anticipation d'un nouvel horizon d'attente », *Le Mouvement Social*, pp 131-148. < <https://www.cairn.info/revue-le-mouvement-social-2007-2-page-131.htm> >

Gunawardena C. et Zittle F. (1997), « Social presence as a predictor of satisfaction within a computer-mediated conferencing environment », *American Journal of Distance Education*, Vol.11, pp. 8-26

Hassanein K. et Head M. (2007), « Manipulating perceived social presence through the web interface and its impact on attitude towards online shopping », *International Journal of Human-Computer Studies*, pp 689-708

Hatchuel, A. (1995), « Les marchés à prescripteurs » Vérin, H. et Jacob, A., *L'inscription sociale du marché*. Paris, L'Harmattan, pp 205-225

Hernández O., Goulet C. et Lampron A. (2005), « L'intention, l'attitude, la norme subjective et la perception du contrôle chez des adolescents et des adolescentes espagnols en regard de l'utilisation du Double Dutch », *Recherche en soins infirmiers*, vol 3, pp 71-86

Jonas, J. R. O. (2010), « Source Credibility of Company - Produced and User - Generated Content on the Internet: An Exploratory Study on the Filipino Youth », *Philippine Management Review*, n°17, pp. 121-132.

Kaplan A. M., Haenlein M. (1999), « Utilisation et potentiel commercial des hyperréalités : une analyse qualitative de Second Life », *Revue française du Marketing*, 222, pp. 69-81

Kaplan A. M., Haenlein M. (2011), Editorial « Les médias sociaux sont définitivement devenus une réalité », *Recherche et Applications en Marketing* vol. 26, pp 3-5.

Katsoni V. et Stratigea A. (2015), « Tourism and Culture in the Age of Innovation: Second International Conference », Springer Editions, pp. 625

Krishnamurthy S., Dou W. (2008), « Advertising with User-Generated Content: A Framework and Research Agenda », *Journal of Interactive Advertising* 8(2): pp. 1-7

Lamour C., de La Robertie C. et Cliquet G. (2013), « Prescription d'achats complexes: Proposition de définitions et d'un modèle », *International Marketing Trends Conference*

Legardinier A (2013), « Comment limiter les biais liés au choix des échelles de mesure dans les études marketing ? », *Gestion et management*, pp 45

Lendrevie et Lévy (2013), « Mercator -2013 », Ed. Dunod, pp 1130

Lin A., Foster J. et Scifleet P., « Consumer Information Systems and Relationship Management : Design, implementation and Use », *Business Science Reference*, pp157-159

Lowenthal, P. R. (2009). « The Evolution and Influence of Social Presence Theory on Online Learning ». To appear in T. T. Kidd (Ed.), *Online education and adult learning: New frontiers for teaching practices*, pp.124-139

Mairesse F. et Rochelandet F. (2015), « Economie des arts et de la culture » Ed Armand Colin, col. U, pp 29-40

Manap K. et Adzharudin N.A. (2013), « The Role of User Generated Content (UGC) in Social Media for Tourism Sector », *The 2013 WEI International Academic Conference Proceedings*

Marion G. (2007), « James Dean et La fureur de vivre : l'anticipation d'un nouvel horizon d'attente », *Le Mouvement Social* n°2019-220, pp 131-148

Mir, I. A. et Rehman, K. U. (2013), « Factors Affecting Consumer Attitudes and Intentions toward User - Generated Product Content on YouTube », *Management & Marketing Challenges for the Knowledge Society*, vol. 8(4), pp. 637-654

Moloi, T. (2016) « Influencer marketing to play a big role in the future of brands », *Advertising And Public Relations*

Mukherjee A., Liu B. et Glance N. (2012), « Spotting fake reviewer groups in consumer reviews », *Proceedings of the 21st international conference on World Wide Web*, pp 191-200

Nelson P. (1970), « Information and Consumer Behaviour », *Journal of Political Economy*, vol. 78, pp. 311-329 < file:///C:/Users/home/Downloads/538e0c0458b29.pdf >

O. Zara (2016), « Le management de l'intelligence collective, vers une nouvelle gouvernance », AXIOPOLE Éditions, 3ème édition, pp 208

P. Kotler (2017), Kartajaya H., Setiawan I. et Vandercamme M. (2017), « Marketing 4.0, Le passage au digital », Ed. De Boeck Supérieur

P. Kotler, K. Keller et D.Manceau (2012), « Marketing Management », 14ème édition, édition Pearson, Paris, France, pp 182.

Philippe Loquay, (1995) « La communication contre l'information. Daniel Bougnoux, Hachette, coll. Questions de Société, Paris , pp. 144

Popson B (2009), « Maslow's Hierarchy of Needs », *the surgical technologist*, pp. 347 - 353

R. Thaler, C. Sunstein (2012), « Nudge : la méthode douce pour inspirer la bonne décision » (traduit de l'américain par Marie-France Pavillet), Vuibert, Paris, pp 469

Richard Skrenta (2005), mentionné dans « Qu'est-ce que le web 2.0 : Modèles de conception et d'affaires pour la prochaine génération de logiciels » (traduit par Jean-Baptiste Boisseau)

Richardson, L. (2015), « Performing the sharing economy. », *Geoforum* 67, pp 121-129.

Rosenberg, M. J., Hovland, C. I., McGuire, W. J., Abelson, R. P., et Brehm, J. W. (1960). Attitude organization and change: An analysis of consistency among attitude components. (*Yales studies in attitude and communication.*)

Rutherford P. (2000), « Endless Propaganda: The Advertising of Public Goods », University of Toronto Press, pp 365

Sareh Aghaei, Mohammad Ali Nematbakhsh, Hadi Khosravi Farsani (2012), « Evolution Of The World Wide Web: From Web 1.0 To Web 4.0 », *International Journal of Web & Semantic Technology*, > <https://pdfs.semanticscholar.org/8cb3/93c3229e8f288febfa4dac12a0f6298efb93.pdf> >

Short J., Williams E. et Christie B. (1976), *The social psychology of telecommunications*, Londres, John Wiley and Sons

Small A. (1916), « *The American Journal Of Sociology : Fifty Years Of Sociology In The United States*, pp 721-864 < <https://www.journals.uchicago.edu/doi/pdfplus/10.1086/212570> >

Stafford TF., Stafford M., Schkade. LL. (2004), « Determining Uses and Gratifications for the Internet », *Decision Sciences* 35(2): pp. 259–288.

Stenger T. et Coutant A. (2013), « Médias sociaux : clarification et cartographie. Pour une approche sociotechnique », *Décisions Marketing* 70, pp 107-117

Suler J.R. (2015), « *Psychology of the digital age Humans Become Electric*», Cambridge University Press, pp 445

T.O'Reilly (2005), « Qu'est-ce que le web 2.0 : Modèles de conception et d'affaires pour la prochaine génération de logiciels » (traduit par Jean-Baptiste Boisseau) < <http://www.internetactu.net/2006/04/21/quest-ce-que-le-web-20-modeles-de-conception-et-daffaires-pour-la-prochaine-generation-de-logiciels/> >

Toufaily E., Rajaobelina L., Fallu J.M., Ricard L. et Graf R. (2010), « Les caractéristiques relationnelles du site Web ont-elles un impact sur la confiance des clients en ligne ? », *Management & Avenir*, vol. 32, n° 2, pp. 192-209

Wiener M. et Mehrabian A. (1968), « Language within language: immediacy, a channel in verbal communication », New York, Appleton Century Crofts, pp. 214

## **Etudes :**

« Nombre d'utilisateurs de Facebook dans le monde » ([www.journaldunet.com](http://www.journaldunet.com)), mis à jour le 23/05/19, < <https://www.journaldunet.com/ebusiness/le-net/1125265-nombre-d-utilisateurs-de-facebook-dans-le-monde/> >

Crestodina A. (2018), « Blogging Statistics and Trends: The 2018 Survey of 1000+ Bloggers », < <https://www.orbitmedia.com/blog/blogging-statistics/> >

Gammon J. (2014), « Americans rely on online reviews to make purchase decisions but at the same time they do not trust that reviews are true and fair. », YouGov

Jolif A. (2016), « Quel est l'impact des contenus UGC sur les comportements d'achat des consommateurs ? » < <https://www.smartfocus.com/fr/blog/pour-61-des-consommateurs-le-mix-ugc-marketing-est-la-meilleure-source-d-informations-pour-se> >

Larceneux F. (2007), « Buzz et recommandation sur internet : quels effets sur le box office ? », *Recherche & Applications in Marketing*, 22, 3, 45-64.

Librinova et Youbox (2014) « Résultat du sondage « Les auteurs et vous » », < <https://www.librinova.com/blog/2014/11/10/resultat-du-sondage-les-auteurs-et-vous/> > consulté le 09/04/2019

McRoberts B. et Terhanian G (2008), « Indice d'influence numérique, Comprendre et évaluer l'influence d'Internet » par Fleishman Hillard < [https://harris-interactive.fr/wp-content/uploads/sites/6/2015/09/FH\\_wp\\_062008.pdf](https://harris-interactive.fr/wp-content/uploads/sites/6/2015/09/FH_wp_062008.pdf) >

The Federation of European Publishers presents the brochure (2017), « The Book Sector in Europe: Facts and Figures »

Vincent Gérard A. (2015), « Les français et la lecture », pour le Centre National du Livre (CNL), n=1012 < <https://fr.calameo.com/read/0018287151bf454f21996> >

Vincent Gérard A. et Chomet N. (2017), « Les français et la lecture -2017 », pour le Centre National du Livre (CNL) < [https://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p\\_ressource/13913/ressource\\_fichier\\_fr\\_les.frana.ais.et.la.lecture.2017.03.20.ok.pdf](https://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p_ressource/13913/ressource_fichier_fr_les.frana.ais.et.la.lecture.2017.03.20.ok.pdf) >

Vincent Gérard A. et Poncet J. (2019), « Les français et la lecture - 2019 », pour le Centre National du Livre (CNL), < [https://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p\\_ressource/17602/ressource\\_fichier\\_fr\\_les.frana.ais.et.la.lecture.2019.03.11.ok.pdf](https://www.centrenationaldulivre.fr/fichier/p_ressource/17602/ressource_fichier_fr_les.frana.ais.et.la.lecture.2019.03.11.ok.pdf) >

We are social et Hootsuite (2018), « Digital in 2018 », < <https://wearesocial.com/fr/blog/2018/01/global-digital-report-2018> >

## **Site internet :**

Annuaire forum – Le classement des plus gros forums français < <https://www.annuaire-forum.fr/> >

Data for reading a book, Source Eurobarometer (2013), EU excludes data for Croatia. <  
<https://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/womenmen/bloc-3b.html?lang=en> > Consulté le 06/05/2019

Favrie C., Ory F.F. et Blanchard D. (2007), « Le Web 2.0 : quels principes, quels outils, quels usages ? » <  
<http://www.uprt.fr/mesimages/fichiers-uprt/ge-gestion-documents-entreprise/ge-articleweb2.pdf>> consulté le 19/04/2019

Guerry S (2006), « c'est la maturité, stupide ! Maslow s'invite à la table du 2.0 » <  
<https://mediapedia.wordpress.com/2006/07/30/c%E2%80%99est-la-maturite-stupide-maslow-s%E2%80%99invite-a-la-table-du-20/> > consulté le 05/04/2019

Internet habits, Source Eurostat (2017) <  
<https://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/womenmen/bloc-3c.html?lang=en> > consulté le 06/05/2019

Lilithere (2018), « L'édition 2.0 : le Web 2.0 et l'économie de la contribution (des lecteurs) » <  
<https://lilithere.com/2018/10/09/web-2-0/> > Consulté le 19/11/2018

SIMARD-CASANOVA O. (28/02/2018), Définition « Bien de recherche » <  
<https://lesignal.info/dictionnaire/bien-de-recherche> > consulté le 05/04/2019

Socialblade.com – site web de statistique sur YouTube <  
<https://socialblade.com/youtube/user/youtube/monthly> > consulté le 25/04/2019

## **Cours et mémoires:**

De Waele L. (2013), Psychologie commerciale, Année académique 2013-2014, Henallux, Namur

Decrop A (2018), Consumer Behaviour and Experience, Année académique 2018-2019, Université de Namur, Namur

Dewitte M. (2017), « Les consommateurs collaboratifs sont-ils plus tolérants ? Analyse du processus d'évaluation du service dans le cadre de la consommation collaborative », Année académique 2016-2017, Université de Namur, Namur

Poncelet J.M. (2012), Étude de Marché, Année académique 2012-2013, Henallux, Namur

# Table des illustrations

## Équation

Équation 6.1 : Taille de l'échantillon.....	49
---	----

## Tableaux

Tableau 4.1 : D'après Kaplan et Haenlein , « Classification des médias sociaux », 2010 .....	24
Tableau 6.1 résumé des interviewés avec leur nom, leur âge, leur genre, le lien vers le blog, le sujet du blog et le nombre d'abonnés sur les réseaux sociaux, (situation au 25/04/2019) .....	48

## Figures

Figure 1.1 : Stephane Guerry , Pyramide de Maslow 2.0, 2006.....	11
Figure 4.1 : T. Stenger et A. Coutant, « Une cartographie des médias sociaux », 2013 .....	23
Figure 4.2 : D'après Statista, "Number of blogs worldwide from 2006 to 2011 (in millions) », 2012 .....	26
Figure 4.3 : D'après F. Canevet, « Pourquoi bloguez-vous ? », Étude sur les blogueurs francophones, 2010 .....	27
Figure 4.4 : D'après Andy Crestodina, « Blogging Statistics and Trends: The 2018 Survey of 1000+ Bloggers » Orbitmedia.com, 2018 .....	28
Figure 5.1 : Babelio, « Le bouche-à-oreille et le livre Étude de lectorat », 2012.....	32
Figure 5.2 : GoogleTrend, "avis livre" et « note livre » recherche web, 15 mai 2019 .....	32
Figure 5.3 : GoogleTrend, "Booktuber" et « Bookstagram » recherche web, 15 mai 2019 .....	33
Figure 5.4 : GoogleTrend, « Babelio », « Goodread », « Booknode » et « Senscritique » recherche web, 15 mai 2019 .....	34
Figure 5.5: GoogleTrend, "Blog" recherche web, 15 mai 2019 .....	34
Figure 5.6 : Federation Of European Publishers, « The Book Sector In Europe: Facts And Figures 2017 », 2017 .....	35
Figure 5.7 : D'après Federation Of European Publishers, « The Book Sector In Europe: Facts And Figures 2017 », 2017 .....	36
Figure 5.8 : D'après ADEB, « Livre : Les Chiffres-Clés du Secteur », 2018 .....	37
Figure 5.9 : A. Vincent Gerard Et N. Chomet, Ipsos pour le CNL, « Les Français et la lecture 2017 », 2017, n=1003 .....	39
Figure 6.1: Modèle de la théorie du comportement planifié d'Ajzen, 1991.....	42
Figure 6.2: D'après le modèle de la théorie du comportement planifié d'Ajzen, 1991.....	43
Figure 7.1 : Thèmes abordés par les participants, n=10.....	55
Figure 7.2 : Association de mots proposés, nombre de fois où le mot a été mentionné par les répondants, n=10.60	
Figure 7.3 : « Pour moi avoir un blog, c'est... », nombre de fois où le mot a été mentionné par les répondants, n=10 .....	61
Figure 7.4 : « A quelle fréquence surfez-vous sur internet ? », n=722 .....	208
Figure 7.5 : « Avec quel(s) support(s) utilisez-vous internet ? », n=722 .....	208

Figure 7.6 : « Que faites-vous en ligne ? », n=722 .....	208
Figure 7.7 : « Quels réseaux sociaux utilisez-vous ? », n=722) .....	209
Figure 7.8 : « Veuillez préciser à quelle fréquence vous lisez les éléments suivants », n=722 .....	209
Figure 7.9 : « Combien de livres lisez-vous en moyenne par an? », n=722 .....	210
Figure 7.10 : « Quel genre de livres lisez-vous? Classez les réponses selon la fréquence de lecture », n=712 ...	210
Figure 7.11 : « Pourquoi lisez-vous? Veuillez classer les éléments par ordre d'importance. 1 signifiant très important. », n=712 .....	211
Figure 7.12 : « Où vous procurez-vous habituellement vos livres? (Plusieurs réponses possibles) », n=712 .....	211
Figure 7.13 : « Veuillez sélectionner les éléments importants pour vous concernant le choix d'un livre », n=712 .....	212
Figure 7.14: « À quel moment de la journée lisez-vous? (Plusieurs réponses possibles) », n= 712.....	212
Figure 7.15 : « J'aurais tendance à choisir un livre dont mes proches m'ont parlé », n= 720 .....	213
Figure 7.16 : « Les meilleurs livres sont mis en avant dans les librairies (top 10 du mois) », n=720 .....	213
Figure 7.17 : « Je fais confiance aux suggestions personnalisées que me propose internet quand je choisis un livre », n=720.....	213
Figure 7.18 : « Je préfère lire des avis sur un livre avant de le lire », n=720 .....	214
Figure 7.19 : « Je consulte les notes attribués par les autres lecteurs avant d'acheter un livre », n= 720 .....	214
Figure 7.20 : « Les blogueurs sont une source d'inspiration pour moi », n= 720 .....	215
Figure 7.21 : « Je ne fais pas confiance aux recommandations faites sur internet », n= 720 .....	215
Figure 7.22 : « Les avis des critiques littéraires professionnels sont plus pertinents que les avis d'autres personnes », n=720 .....	215
Figure 7.23 : « Il m'arrive d'acheter un livre après avoir vu une photo/ un post de celui-ci sur les réseaux sociaux », n= 720.....	216
Figure 7.24 : « Je préfère rechercher des informations sur internet que de demander à un vendeur dans un magasin », n=720 .....	216
Figure 7.25 : « Avant de lire un livre, j'aime bien rechercher des informations sur le livre », n=720 .....	217
Figure 7.26 : « Les chroniques littéraires sur les blogs sont plus complètes que les postes Facebook ou Instagram », n=720 .....	217
Figure 7.27 : « Les réseaux sociaux m'ont permis de découvrir des livres que je n'aurais jamais lu sans eux », n= 720 .....	217
Figure 7.28 : « J'aime discuter des livres qui m'ont plu avec d'autres personnes », n=720 .....	218
Figure 7.29 : « Si on parle d'un livre à la télé, il a plus de chance de me plaire », n=720 .....	218
Figure 7.30 : « Quand je cherche des informations sur un livre, je veux tout de suite tout trouver (le prix, l'auteur, etc.), je n'aime pas perdre du temps à chercher », n= 720 .....	218
Figure 7.31 : « Si mes amis n'ont pas aimé un livre, je suis certain de ne pas l'apprécier non plus », n=720 .....	219
Figure 7.32 : « Je ne fais pas confiance à l'avis des personnes que je ne connais pas », n= 720 .....	219
Figure 7.33 : « Je pense que les personnes qui publient régulièrement sur leur blog ou leurs réseaux sociaux, sont des experts dans leur domaine », n= 720 .....	219
Figure 7.34 : « Internet m'a permis de faire partie d'une communauté en rapport avec ma passion (Bookstagram, un groupe sur Facebook, etc.) », n= 718.....	220
Figure 7.35 : « Je ne peux pas me passer d'internet », n= 720 .....	220

Figure 7.36 : « Je suis heureux(se) de pouvoir à tout moment avoir accès à internet avec mon Smartphone », n=720.....	221
Figure 7.37 : « J'aime m'exprimer en ligne sur des sujets que je connais », n=720.....	221
Figure 7.38 : « Si mon expérience ou mes connaissances peuvent aider d'autres personnes, je n'hésite pas à les partager sur internet », n=720.....	221
Figure 7.39 : « J'ai parfois peur d'acheter un livre parce que je ne sais pas si il va me plaire », n=720.....	222
Figure 7.40 : « Je préfère regarder une vidéo que de lire un article de blog sur le même sujet », n= 720.....	222
Figure 7.41 : « Je compare souvent les avis des internautes avant de faire mon choix », n= 720.....	223
Figure 7.42 : « Je lis parfois un livre parce que mes amis l'ont lu et je ne veux pas me sentir en dehors du groupe », n=720.....	223
Figure 7.43 : « Pouvoir me connecter à tout moment et de n'importe où à internet me rassure », n=720.....	224
Figure 7.44 : « Je compare souvent les avis des internautes avant de faire mon choix », n= 720.....	224
Figure 7.45 : « Sur une échelle de 1 à 10 (1 signifiant pas du tout adapté et 10 tout à fait adapté), à combien jugeriez-vous les réseaux sociaux suivant adaptés pour partager votre avis/ commentaires sur vos lectures? », n= 722.....	224
Figure 7.46 : « Avez-vous personnellement un blog? », n=722.....	225
Figure 7.47 : « De quoi parlez-vous sur votre blog? (Plusieurs réponses possibles) », n=46.....	225
Figure 7.48 : « Pourquoi bloguez-vous? Pourquoi tenez-vous un blog? », n= 46.....	225
Figure 7.49 : « Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur le blog? », n= 46.....	226
Figure 7.50 : « À quelle fréquence publiez-vous? », n= 46.....	226
Figure 7.51 : « La moyenne des visiteurs d'un blog est de 100 personnes par jour, êtes-vous au-dessus, en dessous ou dans la moyenne? », n=46.....	226
Figure 7.52 : « A quelle fréquence publiez-vous ? », n=46.....	227
Figure 7.53 : « Publier souvent permet d'améliorer mes résultats (nombre de vues, nombre d'abonnés, nombre de partages», n=46.....	227
Figure 7.54 : « Plus mes articles sont longs, plus ils sont de qualités », n=46.....	227
Figure 7.55 : « Plus mes articles sont longs, plus les résultats seront bons », n= 46.....	228
Figure 7.56 : « Publier de manière régulière amène de meilleurs résultats (Ex: je publie tous les lundis) », n=46.....	228
Figure 7.57 : « Je me sens parfois obligé de publier », n=46.....	228
Figure 7.58 : Je pense avoir déjà influencé mes lecteurs à un comportement (Ex: Certain ont lu le livre après leur en avoir parlé), n=46.....	229
Figure 7.59 : « Un article avec des photos, images ou vidéos aura de meilleurs résultats », n=46.....	229
Figure 7.60 : « Moins mes articles sont longs, plus leur visibilité sur internet sera bonne », n=46.....	229
Figure 7.61 : « Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle », n=46.....	230
Figure 7.62 : « Si la possibilité de gagner de l'argent ou de recevoir des avantages en nature vous était donnée en échange d'un article sur le blog ou les réseaux sociaux, accepteriez-vous? », n=46.....	230
Figure 7.63 : « Avez-vous des partenariats avec des entreprises ou autres? Sélectionnez les réponses qui vous correspondent. », n=46.....	231
Figure 7.64 : « Lisez-vous des articles de blog? », n=722.....	231
Figure 7.65 : « Pourquoi ne lisez-vous jamais d'articles de blog? », n= 184.....	232

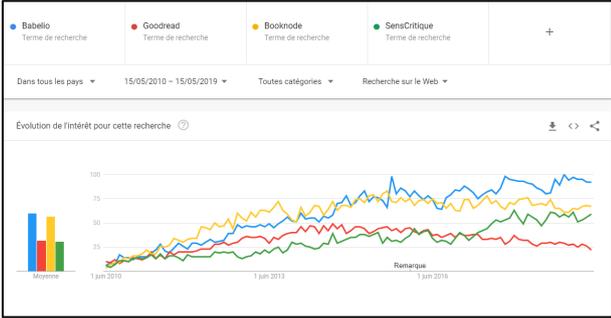
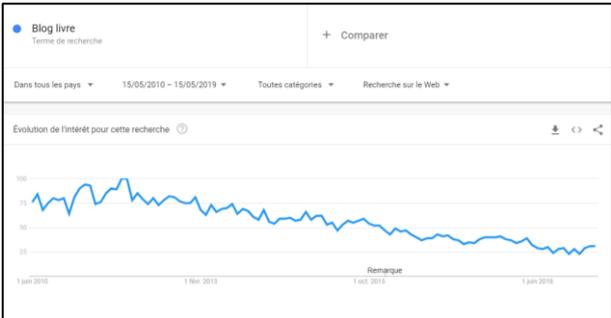
Figure 7.66 : Croisement « Que lisez-vous ? des articles de blog » et « Lisez-vous des articles de blogs », n=722 .....	232
Figure 7.67 : « Quels genres d'articles lisez-vous sur les blogs? », n= 534 .....	233
Figure 7.68 : « Que pensez-vous de cette affirmation : "Les blogs c'est du passé !" », n= 717 .....	233
Figure 7.69 : « Que recherchez-vous en visitant un blog? », n=534.....	233
Figure 7.70 : « Vous êtes? », n=722 .....	234
Figure 7.71 : « Quel âge avez-vous? », n=722 .....	234
Figure 7.72 : « Que faites-vous dans la vie? », n= 722 .....	235
Figure 7.73 : « D'où venez-vous? », n=722 .....	235
Figure 7.74 : « APPAREIL_SAISIE », n=722 .....	235
Figure 7.75 : « Croisement : Vous êtes? / Combien de livres lisez-vous en moyenne par an? », n=722 .....	236
Figure 7.76 : Croisement : « Vous êtes? » et « Pourquoi lisez-vous? », n= 712 .....	236
Figure 7.77 : Croisement « Vous êtes ? » et « Combien de livres lisez-vous en moyenne par an ? », n=722 ...	236
Figure 7.78 à partir de la cartographie de Stenger et Coutant .....	237

## **Annexes**

Annexe 1 : Analyse sur GoogleTrend .....	95
Annexe 2 : Guide d'entretien .....	97
Annexe 3 : Analyse thématique .....	102
Annexe 4 : Verbatim des interviews .....	117
Annexe 5 : Questionnaire .....	195
Annexe 6 : Résultats de l'enquête qualitative .....	208

## Annexe 1 : Analyse sur GoogleTrend

Analyse des fréquences de recherche sur internet à travers GoogleTrend			
Termes utilisés	Zone géographique	Date	Comparaison graphique
Sur Google : 1/ « Avis livre » 2/ « Note livre »	Dans tous les pays	Du 15/05/2010 au 15/05/2019	
Sur Google : 1/ « Chronique livre » 2/ « Critique livre »	Dans tous les pays	Du 15/05/2010 au 15/05/2019	
Sur YouTube : 1/ « Chronique livre » 2/ « Critique livre »	Dans tous les pays	Du 15/05/2010 au 15/05/2019	
Sur Google : 1/ « Booktuber » 2/ « Bookstagram »	Dans tous les pays	Du 15/05/2010 au 15/05/2019	

<p>Sur Google :</p> <p>1/ « Babelio »  2/ « Goodread »  3/ « Booknode »  4/  « SensCritique »</p>	<p>Dans tous les pays</p>	<p>Du  15/05/2010  au  15/05/2019</p>	
<p>Sur Google :</p> <p>1/ « Blog »</p>	<p>Dans tous les pays</p>	<p>Du  15/05/2010  au  15/05/2019</p>	
<p>Sur Google :</p> <p>1/ « Blog livre »</p>	<p>Dans tous les pays</p>	<p>Du  15/05/2010  au  15/05/2019</p>	

## **Annexe 2 : Guide d'entretien**

Bonjour,

Je m'appelle Amandine Sizaire, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études sur l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture. Je vous remercie vivement de me consacrer un peu de votre temps. En quelques mots, l'entretien a pour but de comprendre les motivations des blogueurs à partager leurs avis sur internet. Les réponses à ce questionnaire resteront confidentielles et feront uniquement l'objet d'un traitement global.

La durée de l'entretien ne devrait pas excéder une heure. Je tiens à préciser qu'il n'existe pas de bonne ou de mauvaise réponse, ce que je souhaite comprendre c'est le pourquoi et le comment vous utilisez un blog. Si certaines questions vous gênent, vous n'avez aucune obligation d'y répondre.

**Q1 : Avez-vous des questions avant que nous débutions l'entretien ?**

### **Questions personnelles**

- Je vais commencer par me présenter (nom, prénom, âge, mon blog).

**Q2 : Pouvez-vous, à votre tour vous présenter en quelques mots ? (âge, profession, etc.)**

### **Thème introductif**

Nous allons entrer dans le vif du sujet avec quelques questions relatives à votre blog :

**Q3 : Premièrement, pouvez-vous m'expliquer quand et pourquoi vous avez créé un ou plusieurs blogs ?**

- Depuis combien de temps avez-vous un blog ?
- Combien de blogs possédez-vous ?
- Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur votre blog ?
- De quoi parlez-vous sur votre blog ?

**Q4 : Avez-vous un thème prédéfini ? Tel que la mode ou la photographie ?**

- Sur quel site votre blog est-il hébergé ? (wordpress, blogger, etc.)

- Avez-vous créé ou bien sélectionné un Template tout fait pour votre mise en page ?

**Q5 : Quels adjectifs/mots associez-vous à votre blog ? « Pour vous, avoir un blog c'est .... »**

### Centrage du sujet

Nous allons si vous le voulez bien parler maintenant des aspects plus techniques et des résultats concernant le blog.

**Q6 : Pouvez-vous me parler de votre activité sur le blog ?**

- Combien d'articles publiez-vous (plus ou moins) par semaine ? Ou par mois ?
- Combien de temps vous prend l'écriture d'un nouvel article ?
- Combien de temps consacrer vous par semaine/ jour ou mois à votre blog ?
- Faites-vous des recherches avant d'écrire un article (inspirez-vous d'autres articles ou informations) ?
- D'après vous pourquoi les gens lisent vos articles ?
- Lisez-vous des articles d'autres blogs ?
  - Pourquoi ?
  - Sur quel sujet ?

**Q7 : La moyenne des visiteurs d'un blog par jour est de 100 personnes, pensez-vous être au-dessus, en dessous ou dans la moyenne ?**

- Pouvez-vous estimer le nombre de personnes qui ont lu votre article ?
- Pouvez-vous estimer plus ou moins le trafic sur votre blog ? Le nombre de visiteurs par jour ?
- D'après vous comment générer du trafic sur un blog ?

**Q8 : Que pensez-vous de cette image ? Veuillez détailler.** (Image permettant d'aborder les aspects financiers)



- Combien coûte un blog sur une année ?
- Gagnez-vous de l'argent avec votre blog ?
- Avez-vous déjà reçu une offre d'une entreprise pour mettre en avant l'un de leurs produits sur votre blog ?

### **Centrage sur les motivations personnelles**

Passons à vos motivations personnelles.

**Q9 : « Parmi ces mots lesquels décrivent le mieux vos sentiments vis-à-vis de votre blog? » : et pourquoi ?**

À l'aise, amusé, assommé, absorbé, aimant, confiant, calme, choqué, comblé, concentré, concerné, confiant, décontracté, débordé, déboussolé, désespéré, détaché, déterminé, disponible, égal, empli de tendresse, en confiance, en harmonie avec, honteux, égaré, encouragé, épanoui, équilibré, flegmatique, furax, gonflé à bloc, interloqué, impliqué, inspiré, intéressé, libre, mobilisé, nonchalant, ouvert, plein d'affection, plein d'énergie, plein de pitié, ragailardi, rassuré, réconforté, relax, résolu, satisfait, sceptique, stimulé, perplexe, vide.

**Q10 : Imaginez que vous venez d'écrire un nouvel article, quel sentiment correspond le mieux à ce que vous pourriez ressentir ? Pourquoi ?**

- Pourquoi bloguez-vous ? (pour le travail, pour le plaisir, pour partager mes connaissances, etc.)
- Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle ?

**Q11 : Voici 3 balances : comment évalueriez-vous les avantages et inconvénients d'être un blogueur ? Pourquoi ?**



- Quels sont les avantages de partager/ d'avoir un blog ?
- Quels sont les désavantages ?

### Centrage sur la promotion

Si vous le voulez bien j'aimerais maintenant que l'on se concentre sur la promotion de votre blog.

**Q12 : Faites-vous la promotion de votre blog ? Pouvez-vous me décrire ce que vous faites pour promouvoir votre blog ?**

- Faites-vous la promotion de votre blog ? Comment ? (via les réseaux sociaux, en en parlant autour de vous ?) sur quels réseaux sociaux ?
- Pensez-vous que les RS ont un impact sur votre blog ?
- Pensez-vous que les RS ont un impact sur les blogs en général ?
- Quels RS sont les plus adaptés selon vous pour parler de son blog, de ses articles ? PK ?

**Q13 : Que répondrez-vous ?**



- Pensez-vous que le blogging a de l'avenir ?

**Q14 : Pensez-vous avoir déjà influencé l'un de vos lecteurs à un comportement ? Développer.**

- Selon vous quel peut être l'impact des avis des internautes sur leur lecture ?
- Avez-vous déjà choisi d'acheter quelques choses après avoir lu / vu un avis dessus ?

**Q15 : Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté ?**

**Q16 : Conseillerez-vous de faire un blog à d'autres personnes ?**

**Plus ?**

**Q17 : Avez-vous quelque chose à ajouter ?**

- Comment avez-vous trouvé l'entretien ? Auriez-vous ajouté ou supprimé des questions ?

**Remerciements**

Je vous remercie grandement d'avoir consacré du temps pour répondre à cet entretien. Étude de marché sur les blogs Étude qualitative

## **Annexe 3 : Analyse thématique**

	I1 Belge une fois	I2 Pretty Books	I3 Holliyah	I4 Le blog de Patricia	I5 Blog_enviedelire	I6 Jabberthereader	I7 L'oeildeLuciole	I8 Palace of Book	I9 360° nord	I10 The trendy Club	
<b>Profil</b>	<b>Nom</b>	Natacha	Fiona	Morgane	Patricia	Marie-Camille	Anais	Lucille	Kévin	Thibault	Jade
	<b>Âge, sexe et métier</b>	Homme et femme, 31 et 28 ans	Femme, 27 ans, bibliothécaire	Femme, 30 ans	Femme, 30 ans	Femme, 22 ans étudiante	Femme, 23 ans, étudiante	Femme, 35 ans, dans l'informatique	homme, 25 ans, animateur puériculture et extrascolaire	Homme, 19 ans , étudiant	Femme, 20 ans, fleuriste
	<b>Sujet du blog</b>	De tout (restaurant, nourriture)	Littéraire, cinéma, série, voyage	Mode, lifestyle, bon plans	Littéraire, cinéma. Pour plus tard, mode, beauté	Littéraire	Littéraire, cinéma, voyage, discussion sur la vie	Littéraire, cinéma, voyage, photo	Les livres.	Livre, voyages, opinions, lifestyle	Mode, maquillage, voyages
	<b>Nombre de blog</b>	Un	Un	Un	Un	Un	Un	Un	Un blog, une chaîne booktube	un	un
	<b>Âge du blog</b>	5 ans	5 ans	1 an	1an	2 ans	4 ans	2 ans	8 ans	1 an	2 ans
	<b>Pseudo ou nom</b>	Notre vrai nom. C'est par jeu de transparence.	J'utilise un pseudo. J'ai choisi Pretty Books et c'est resté. Je l'utilise sur mon blog, mais aussi sur les réseaux sociaux. Je me dévoile rarement.	J'utilise un pseudo je trouve cela plus original.	J'utilise mon vrai prénom sur mon blog, je voulais que mon blog me ressemble et qu'il porte mon prénom.	C'est enviedelire. C'est ce que j'ai trouvé, je n'ai pas cherché loin. je préfère un pseudo parce que c'est un peu moins personnel. (...)	J'utilise un pseudo. Ce qui est très paradoxal parce que ça ne me dérange pas pour des mails de signer avec mon prénom. La plupart du temps, j'utilise le nom de mon blog.	J'aimais bien ce pseudo sur internet et je n'avais pas envie que ce soit relié à mon identité à la base parce qu'il a dix ans on était un peu plus frileux sur internet.	J'utilise un pseudo. Mon pseudo est Crouton. Au départ c'était pour rire.	Les deux. Je signe mes articles avec mon surnom Thib', mais sur Insta je suis 360 degrés nord. Peut-être pour rompre le mur entre moi et les lecteurs, mais aussi séparer ma vie privée de mon Insta.	J'utilise principalement le nom de mon blog qui est TrendyClub, mais je mets toujours à côté, je signe toujours par mon prénom.
<b>Aspects techniques du blog</b>	<b>Hébergeur</b>	WordPress	WordPress	Hébergeur indépendant	WordPress,	WordPress.	WordPress	Sur OBH et mon blog est un blog WordPress.	Blogspot	Wordpress	Wordpress
	<b>Template</b>	j'avais un template tout fait qui était gratuit. Par contre, maintenant je l'ai acheté via WordPress. Ce n'est pas gratuit !	Alors, j'ai sélectionné un template tout fait, mais j'ai créé moi-même ma bannière.	j'ai choisi un thème que j'ai pu retravailler par la suite.	J'ai sélectionné un template déjà prêt que j'ai modifié pour qu'il convienne à mes besoins et à mes envies dans la couleur, la bannière aussi, le menu.	Les boutons accueils, chroniques, etc., c'est moi qui ai fait, sinon le thème, j'ai juste changé les couleurs et j'ai mis un petit logo.	Au tout début, un tout fait parce que je ne comprenais rien du tout à WordPress et au fur et à mesure même si on choisit un tout fait on peut quand même le mettre un peu à sa	(...)'ai pris un Template qui existait déjà et qui visuellement ressemble à Instagram. (...)	On me la fait.	J'ai pris un template que j'ai amélioré moi-même par la suite.	Un thème tout fait, j'ai après fait quelques réglages moi-même.

	11 Belge une fois	12 Pretty Books	13 Holliyah	14 Le blog de Patricia	15 Blog_enviedelire	16 Jabberthereader	17 L'oeildeLuciole	18 Palace of Book	19 360° nord	110 The trendy Club	
						sauce.					
<b>Moyenne visiteurs/jour</b>	Je suis dans la moyenne	Je suis au-dessus.	Dans la moyenne.	Je pense être en dessous.	Non, clairement. Même avant quand je publiais deux articles par semaine. J'étais en dessous.	Je suis très en dessous.	Je suis en dessous.	Encore une fois ça dépend. Quand je suis en bonne période "livresque" je tourne à 250 à 300 visiteurs par jour.	En dessous	En dessous.	
<b>Motivations</b>	<b>Raisons de création</b>	On est deux bobos sorteurs, on va beaucoup au restaurant et on fait beaucoup d'événements. Nos amis nous demandaient toujours si on n'avait pas un bon resto, etc. Alors, on s'est dit qu'on pourrait mettre ça par écrit.	Je l'ai créé surtout pour partager mes avis de lecture avec d'autres passionnés de lecture.	Je voulais partager ma passion pour la mode, mais aussi pouvoir rencontrer des personnes qui ont la même passion que moi afin de pouvoir échanger avec elles.	Le but de partager ma passion et d'échanger autour de mes lectures avec d'autres personnes.	D'échanger autour de mes lectures.	Je l'ai créé pour le partage et aussi parce que je trouve qu'on lie de bonnes amitiés grâce à ce genre de blog.	Je l'ai créé parce que je suis partie passer deux ans en Angleterre et c'était l'occasion pour la famille et les amis d'avoir des nouvelles. (...)j'ai décidé de reprendre le blog et de le transformer en blog littéraire.	Lecture de quelques blogs intéressants qui m'ont donné envie de partager mes lectures avec d'autres lecteurs. Pour me sentir moins isolé dans mon coin.	J'ai toujours eu besoin d'écrire et mon déménagement à Bruxelles m'a clairement ouvert sur toute la Blogosphère ou même sur Insta. Mais des amis me demandaient souvent pour des conseils sur des livres ou certaines villes ou quoi.	J'avais envie de partager avec les autres. Et il y a ce phénomène aussi un peu d'influenceuse, d'instagameuse, de youtubeuse. C'est un truc qui m'intéresse fort et que j'adore. (...) mes copines m'ont toujours dit que je m'habillais bien, elles m'ont toujours demandé des conseils.

	I1 Belge une fois	I2 Pretty Books	I3 Holliyah	I4 Le blog de Patricia	I5 Blog_enviedelire	I6 Jabberthereader	I7 L'oeildeLuciole	I8 Palace of Book	I9 360° nord	I10 The trendy Club	
<b>Raisons de bloguer</b>	Je blogue autant pour le travail que pour le plaisir.	C'est vraiment pour partager, pour laisser une trace de mes lectures, créer aussi, inventer. J'aime sans arrêt créer de nouveaux projets, les développer, voir les résultats.	Je blogue pour le plaisir de rencontrer des personnes qui ne sont pas dans ma zone de confort ou dans ma zone géographique. Pouvoir s'ouvrir et partager avec plus de personnes.	Je blog pour le plaisir parce que j'aime ça et j'aime créer quelque chose qui me correspond et si les gens apprécient c'est encore mieux.	C'est avant tout de la passion. Il y a des gens qui sont payés, qui en font leur métier, mais moi ce n'est pas mon cas, c'est avant tout une passion.	Au début, c'était le partage parce que quand tu viens de lire un livre génial ou pourri et que tu ne peux pas en parler, c'est extrêmement frustrant. Je le fais pour partager parce que ça me fait plaisir et aussi parce que je dois le faire.(...)	Pour le plaisir de partager, c'est pourquoi j'aime faire des rencontres et des salons.	Pour partager mes lectures.	J'essaye donc de partager un message de conscience pour peut-être un peu changer les choses. Que ce soit sur le lifestyle, les voyages, les livres.	Partager.	
<b>Les avantages</b>	Plus d'avantages	Il y a plus d'avantages	Les avantages sont bien plus grands que les inconvénients.	Je dirais qu'avoir un blog a pour moi plus d'avantages que d'inconvénients. On n'ouvre pas un blog par contrainte, on ouvre un blog par envie.	Je vois plus d'avantages que d'inconvénients. (...)	Il y a plus d'avantages quand même que d'inconvénients(...)	c'est excecoco, j'ai plus d'avantages(...)	Plus de positif.	C'est tout bénéfice pour moi.	Il y a plus d'avantages que d'inconvénient.	
<b>Freins</b>	<b>Les désavantages</b>	« Des fois le temps. Ça prend des heures et parfois il y a un côté décourageant (...) La rigueur aussi, c'est parfois dur. (...) »	L'inconvénient est qu'on ne peut pas tellement couper, car c'est un milieu où il faut être toujours présent, donc être très organisé et disponible, même si on a déjà fait une journée de travail en plus.	Oui, je pensais à ça parce que c'est beaucoup de travail. Le choix des tenues, mais aussi écrire les articles et s'occuper du blog. Ça demande beaucoup de temps.	Bien sûr il peut y avoir des mauvais commentaires ou de mauvaises critiques, mais il ne faut pas laisser cela nous atteindre et continuer sur notre lancée.	Des personnes peuvent être rageuses et laisser un commentaire pas très sympathique et toi tu te dis « mais, j'ai rien fait ». Voilà un inconvénient.	Parfois on peut se mettre trop la pression parce qu'il faut de la rentabilité, des vus, le prix, etc. Un autre inconvénient est peut-être que parfois je loupe des trucs parce que je dois publier une chronique.	/	Le seul inconvénient pour moi et que je stresse quand je ne peux pas poster. Après le reste je me dis que c'est virtuel et je préfère voir que les bons côtés.	/	Les désavantages, c'est le retour des gens, parce qu'il y a toujours des gens méchants ou des gens qui ne vont pas vraiment aimer ce que tu vas présenter. Et devoir aussi se démarquer.

		11 Belge une fois	12 Pretty Books	13 Holliyah	14 Le blog de Patricia	15 Blog_enviedelire	16 Jabberthereader	17 L'oeildeLuciolle	18 Palace of Book	19 360° nord	110 The trendy Club
<b>Sentiments</b>	<b>Avoir un blog c'est...</b>	Pour moi, c'est partager. Mais après, pour mon blog, ça serait éclectique.	Pour moi avoir un blog c'est personnel. C'est se démarquer, faire en sorte qu'il soit unique et ne reprenne pas forcément ce qui se fait déjà.	La liberté ! C'est réellement le mot d'ordre, car je suis libre de dire et faire tout ce qu'il me passe par la tête en termes de créativité.	Pour moi, avoir un blog c'est un peu comme une seconde maison, on le crée, on lui donne vie et on y parle de nos passions. Notre blog est une partie de nous que l'on partage avec le reste du monde. Si je devais associer des mots à mon blog, je dirais partage, découverte et bonne-humeur.	C'est avant tout de la passion. Il y a des gens qui sont payés, qui en font leur métier, mais moi ce n'est pas mon cas, c'est avant tout une passion. Même si pour le moment je n'ai pas beaucoup d'articles. Franchement, le but est de partager, de faire découvrir des livres. Voilà, c'est avant tout une passion.	C'est du pur bonheur. Parce que je me sens épanoui quand je peux parler des livres que j'ai lu. Je me sens heureuse, épanouie. Je me sens encouragée aussi par les autres. On ne nous oblige pas à publier, mais on partage. J'adore connaître les avis des gens et j'aime bien aussi tous les petits trucs de mise en page. C'est un peu une petite bulle.	C'est une possibilité de partage et d'échange. Parce que bien que les visiteurs ne laissent pas beaucoup de commentaires sur le blog, ceux qui en laissent, ça permet de discuter avec des gens qu'on ne discuterait pas forcément dans la vie de tous les jours. C'est aussi valable sur Instagram. Ça permet d'échanger sur un sujet et une passion, en l'occurrence la lecture.	Passion. Ma passion des livres, des histoires, etc. et ma passion pour partager autour des livres. Sans passion un blog n'a pas vraiment d'âme.	Partager. Tout simplement.	Amusant, parce que moi ça m'amuse de rédiger mes articles et de les partager ensuite et de faire un petit peu de pub pour mon blog, je trouve ça amusant, j'adore faire ça, c'est un peu comme un hobby, je dis tout le temps. Parce que je prends plaisir à le faire.
<b>Implication</b>	<b>Nombre d'articles par semaine</b>	On essaie de poster un article par semaine. Mais des fois, on en poste un tous les deux jours et des fois il y a un trou de 3 semaines.	Il y a un article publié sur le blog tous les deux jours.	Il est souhaitable de publier au moins 2 fois par semaine, mais cela dépend des semaines cela m'arrive de publier une fois ou deux fois ou pas du tout.	En général, je publie deux à trois articles par semaine sauf quand j'ai des pannes de lectures ou des pannes d'inspirations dans ces cas-là je ne peux pas publié.	Un article par mois, ou deux articles par mois plus tôt.	J'aimerais bien aussi publier deux chroniques par semaine, après vu que j'avais mes examens, je n'ai pas été très productive.	Deux ou trois	1 à 2 chroniques par semaine	je publie au compte-goutte. Seulement quand ça me prend. Alors je ne sais pas dire, vraiment.	Une fois par semaine, j'essaie que ce soit régulier. Maximum quatre à cinq fois par mois.

	11 Belge une fois	12 Pretty Books	13 Holliyah	14 Le blog de Patricia	15 Blog_enviedelire	16 Jabberthereader	17 L'oeildeLuciole	18 Palace of Book	19 360° nord	110 The trendy Club
<b>Temps d'écriture</b>	3 heures. Ce qui prend le plus de temps, c'est l'écriture. Et je ne compte pas le temps où je suis par exemple à l'évènement ou au resto.	Le temps de rédaction dépend de l'article, en réalité. Je dirai que l'écriture d'un article me prend entre 30 minutes pour certaines chroniques et 5 heures pour d'autres.	Cela varie de l'article, du sujet. Parce qu'il y a tout ce qui est préparation, les photos et tout et tout. Puis écrire l'article et relire l'orthographe ça me prend, je sais pas, entre 30 min et 2 heures, environ. Je ne sais pas trop dire.	Pour écrire une chronique je dirai que cela dépend du livre je peux mettre parfois plusieurs heures à écrire une chronique.	En comptant tout ce qui est mise en page, un peu prêt une heure, une heure vingt.	Pour une chronique quand même une bonne heure, le temps de la mise en page et d'organiser mes idées parce que je ne sais pas d'annotation quand je lis.	Ça me prend entre une demi-heure et une heure. J'ai des Templates pour les chroniques pour m'éviter de recopier à chaque fois sur l'éditeur, la date de parution, etc., ça m'évite de réécrire le truc à chaque fois.(...)	Une chronique me prend environ 2 heures. Sans compter les heures de lecture pour lire le livre avant.	Je ne sais pas dire non plus. C'est très aléatoire.	Le rédiger, le taper, ça me prend environ une heure parce que je prends beaucoup de temps à vérifier tout ce qui est orthographe et grammair.
<b>Temps sur le blog</b>	/	Beaucoup. Un temps assez énorme, car il y a tout le travail de réponse aux mails et les commentaires et tous les réseaux sociaux à gérer. Je dirai que j'y passe 2h par jour minimum.	Cela varie parfois 2h par jour. Parfois plus lorsqu'on est novice ce qui prend le plus de temps est la promotion sur les réseaux sociaux.	Tous les jours je vais jeter un œil sur tout ce qui concerne mon blog, même quand je ne publie pas de chroniques sur celui-ci j'alimente les réseaux sociaux qui lui sont reliés.	On va dire vu qu'un article me prenait une heure vingt, on va dire deux heures quarante par semaine. Deux, trois heures.	Plus de temps que je voudrais l'avouer. Je pense une bonne vingtaine d'heures. Que ce soit le temps de répondre à des commentaires, d'écrire mes articles.	Dix ou 15 heures par semaine.	Entre deux et quatre heures dans une bonne période.	/	Je dirais une demi-heure, une heure par jour maximum.
<b>Recherches préliminaires</b>	Je ne fais pas pour ne pas être influencée.(...)	Je ne recherche pas à connaître l'avis d'autre blogueur sur un livre que je chronique, par contre, je fais des recherches pour certains articles.	/	/	Disons, je vais dire oui, mais longtemps avant parce que pour acheter un livre souvent je regarde les chroniques des gens (...) Mais juste avant d'écrire ma chronique, non, je ne regarde pas de chronique.	Oui, ça m'arrive. Parfois vu que j'ai du mal à organiser mes idées, je regarde ce que les autres gens ont pu mettre et je me dis « ah oui, moi aussi.	Assez rarement. En fait, ça va dépendre du livre (...) Je ne lis quasiment pas les avis des autres personnes parce que je ne veux pas m'influencer.	/	/	Oui, j'en fais. Surtout pour les voyages par exemple, j'aime bien donner des détails en plus sur des lieux à visiter auxquels je ne penserais pas forcément à mettre. Oui je fais toujours de recherche.

	I1 Belge une fois	I2 Pretty Books	I3 Holliyah	I4 Le blog de Patricia	I5 Blog_enviedelire	I6 Jabberthereader	I7 L'oeildeLuciolle	I8 Palace of Book	I9 360° nord	I10 The trendy Club	
<b>Engagement</b>	<b>Les raisons qui poussent les lecteurs à lire les articles du blogueur</b>	Parce qu'ils savent que si on en parle, c'est déjà parce qu'on a eu un coup de cœur. C'est vraiment l'idée de donner un bon filon et de trouver des informations qu'on ne cherchait pas.	Pour trouver des idées de lecture, essentiellement.	Je dirais qu'ils les lisent pour le contenu et les bons plans, mais ils restent surtout pour la personnalité qui transparait. C'est surtout à cela que les gens s'attachent d'après moi.	Je pense que les gens lisent mes articles parce que les livres que je chronique les intéressent, peut-être qu'ils sont simplement là par curiosité.	/	Je dirais parce qu'ils aiment la lecture. C'est aussi la réciprocité. Parce que je publie, je partage beaucoup sur le forum LivreAddict. Les gens aiment peut être regardé pour voir si je suis la seule à avoir mis une mauvaise note ou une bonne, ça vient peut-être de ce côté-là.	Il parait que je fais des bonnes critiques.	Car ils connaissent mes goûts livresques et savent que si j'aime ce livre, alors ils ont de fortes chances d'apprécier également.	Parce qu'il s'intéresse à ce que je dis. Parce qu'ils veulent se conscientiser avec des sujets que j'aborde.	Un peu curieux de savoir ce que je vais présenter. Pour d'autres, je dirais parce que ça les intéresse. Par intérêt commun pour la mode.
	<b>Lecture/visite d'autres blogs</b>	Ça m'intéresse de lire des sujets que moi, je ne vais pas en parler, au niveau de l'ouverture d'esprit, je trouve ça très intéressant(...)	Oui ça m'arrive. Surtout des articles de quelques personnes que je suis.	Oui, je lis le plus souvent des articles de mode et de blogging sur les autres blogs. J'aime bien regarder ce que les autres font ou disent. Ça me donne parfois des idées.	Je lis des articles sur d'autres blogs principalement des blogs littéraires, mais ça peut être aussi des blogs de mode ou de maquillage.	Oui, je lis uniquement des articles de livres, car c'est ce qui m'intéresse le plus. C'est vraiment très très rare que je lise sur d'autres sujets. Quand ça arrive, c'est souvent des films ou des séries.	Oui. La plupart du temps, c'est sur les livres. J'aime bien aussi lire des articles sur les salons du livre, les imaginaires notamment. Parfois aussi sur les box. J'aime bien voir pour si un jour j'ai envie. Ça peut m'arriver sur les voyages, mais c'est rare.	Rarement. Mais quand je m'y mets par contre je peux passer une heure sur internet à aller me balader sur les blogs. Je préfère aller sur babelio que de lire les articles des autres.	C'est rare malheureusement. Tout simplement par manque de temps.	J'ai quelques blogs fétiches, mais je ne passe pas beaucoup de temps à surfer de blog en blog. Par manque de temps je dirais.	Je me suis abonnée à pas mal de blogs sur Wordpress qui parlaient de mode, parce que j'adore lire ça. J'aime bien voir ce que les autres proposent.

	11 Belge une fois	12 Pretty Books	13 Holliyah	14 Le blog de Patricia	15 Blog_enviedelire	16 Jabberthereader	17 L'oeildeLuciolle	18 Palace of Book	19 360° nord	110 The trendy Club
<b>Relation des blogs et de l'argent</b>	Les marques et les agences de communication (...) ont vite compris que les blogs peuvent devenir des sortes d'encarts publicitaires en sponsorisant des articles. Donc je trouve ça normal d'être rémunéré pour les gens qui ne font que ça. Mais ils ne doivent pas oublier que les blogs, c'est quelques choses de ponctuelles et il ne faudrait pas que ça devienne un truc qu'avec des articles sponsorisés.(...)	Je la trouve assez fausse. Mon blog ne me procure aucun revenu personnellement.	Il y a un grand effet de masse qui créer des blogs pour l'argent faciles, mais il n'y a pas de réel contenu ni même beaucoup de recherche ou d'investissement. L'appât du gain pour ne pas devoir aller travailler. Voilà ce que je pense. C'est l'envie de faire facilement de l'argent.	Certains blogueurs ou blogueuses peuvent générer de l'argent grâce à leurs blogs, ce n'est pas quelque chose qui me choque, par contre cela doit être fait dans le respect de ses abonnés et de ses lecteurs et en toutes transparences.	Je pense que c'est une minorité de personnes. Quand on voit le nombre de blogs qui existent, je pense qu'uniquement une minorité de personnes gagne de l'argent avec.	C'est le blogging basé sur l'argent. Ce n'est ni faux ni vrai. Ça dépend des gens et pourquoi la personne va commencer à bloguer.. On ne peut pas en vouloir aux gens de gagner de l'argent avec leur blog, parce que c'est une passion et c'est génial de gagner de l'argent avec une passion. De plus, quand on regarde le prix que peuvent coûter les livres.	J'aimerais bien que mon blog me rapporte tout ça. Mais je pense que c'est dommage d'associer le blog à l'argent. Un petit blog comme le mien ne me coûte presque rien à l'année à part le nom de domaine, WordPress c'est gratuit et accessible à tout le monde.	Je déteste tout ce qui touche à l'argent . Pour moi ça tue les blogs, chaine YouTube à petits feux ...	Tout travail mérite salaire non ? Je ne suis pas contre l'idée de se faire de l'argent avec son blog.	Ça va dans les deux sens, parce que je pense que aussi pour que sont blog soit mieux entretenu, avoir des extensions de fichier et tout ça il faut payer. Il ya plein de choses qu'on peut payer comme des extensions, des nouveaux thèmes et à mon avis il faut déboursier pas mal pour avoir un joli blog bien entretenu. Quand tu as un blog connu, ça te rapporte aussi de l'argent. Donc je pense que cette image va dans les deux sens.
<b>Coût</b>	« Au départ non, maintenant un peu par rapport au template et l'hébergeur annuel.Et en matériel.	Et ne me coûte rien non.	Il me coûte de l'argent, oui, que ce soit pour l'hébergeur, mais aussi tout ce que j'achète pour faire les photos.	Non, il ne me coûte pas vraiment de l'argent.	Non. Je sais qu'il y a des offres payantes, mais je ne sais pas à quoi elles servent.	/	Moins de 50 euros par an. Ça comprend l'hébergement chez WordPress et la réservation du nom de domaine.	Non.	Oui	Non, pour l'instant non. Quand je l'ai créé, c'était pour partager avec mes amis, ma famille, donc je ne voulais pas déboursier de l'argent.

	I1 Belge une fois	I2 Pretty Books	I3 Holliyah	I4 Le blog de Patricia	I5 Blog_enviedelire	I6 Jabberthereader	I7 L'oeildeLuciole	I8 Palace of Book	I9 360° nord	I10 The trendy Club	
<b>Placement de produit / gain</b>	Oui, ça arrive souvent, mais la plupart du temps je dis non. Avec tous les réseaux sociaux, je vais avoir plus facile à dire oui, pour instagram que pour écrire un article.	Oui, ça arrive, je reçois des livres régulièrement de maisons d'édition. Et puis, des invitations aussi à des évènements. Oui, ça arrive.	Non je gagne pas d'argent avec le blog.	Non je gagne pas d'argent, mais par contre je reçois parfois des livres et des goodies de la part de maisons d'édition gratuitement.	Non. L'année dernière, un auteur m'a contacté, mais je pense qu'il n'avait pas pris le temps de lire mon blog et c'était un style que je ne lisais pas.	Mon blog ne me rapporte rien du tout. Au début, j'avais quelques partenariats, mais à ce jour c'est terminé.	C'est un peu près la moitié de mes lectures. La moitié de mes lectures sont des lectures de service presse.	La seule récompense que j'ai vient des auteurs et éditeurs qui m'offrent leurs livres en avant-première ou des pass pour les salons littéraires.	/	Oui, c'est toujours des marques étrangères, mais je ne le fais pas très souvent.	
<b>Impact sur la vie personnelle</b>	Complètement. Surtout avec tous les événements auxquels on est invité, les événements presses. On rencontre énormément de gens avec qui on a pu par la suite collaborer, on fait du gros réseautage	Oui clairement. Il m'a aidé à trouver du travail notamment. Il m'a aussi donné beaucoup de contacts dans le monde de l'édition, et il m'aide chaque jour au quotidien dans mon métier de bibliothécaire	oui c'est sûr. Cela a modifié mes habitudes et l'organisation de mon quotidien. Il faut savoir débloquer du temps et être prêt à y consacrer du temps et de l'investissement.	Mon blog n'a pas d'impact sur ma vie personnelle, je fais tout pour qu'il n'en ai pas. Mon blog est un plaisir, une passion et non une contrainte. Je m'organise pour le faire vivre parce que ça me plaît. Aujourd'hui il fait partie intégrante de ma vie de tous les jours.	Non, pas du tout	Oui, oui, clairement. (...) Et mon rythme de lecture a augmenté depuis que je publie aussi. Il y a des lectures que je me sens obligé de lire parce qu'ils viennent de sortir et que tout le monde en parle, parfois je me force aussi à lire des autres livres pour sortir de ma zone de confort.	Oui, parce que ça prend du temps et de temps en temps, je sollicite ma compagne pour faire des photos	Oui. J'ai rencontré de super amis, je pars en vacances avec eux, toute la communauté livresque se retrouve chaque année au salon de Montreuil. Oui ma vie a changé.	Oui totalement. Tout comme ma page instagram. Ça prend du temps, de l'énergie.	Non pas spécialement ; je me dis que je devrais y travailler beaucoup plus.	
<b>Trafic</b>	<b>Nombre de visiteurs</b>	Je suis dans la moyenne. En sachant que j'en ai des qui sont indétrônables (...)	Oui, à l'aide des statistiques du blog. Mais je préfère ne pas trop en dire.	Oui	Oui	Je sais qu'il y a des statistiques pour voir le nombre de vu. Mais pour l'instant, vu que je n'ai que 4 articles, je sais que je ne suis pas suivi énormément. Je crois que j'ai trois abonnés.	Oui. Parce qu'on peut voir grâce à WordPress le trafic. Par exemple, avant-hier j'étais à 36, puis je suis descendu à 9, c'est très variable. Je n'ai pas de constance.	Oui. Il y a un questionnaire de statistique sur WordPress	Je sais que j'ai passé les 100 000, mais je n'ai pas vérifié depuis un moment.	Oui, oui grâce à Analytic. 200 personnes ce mois-ci ont visité le blog. C'est pas mal.	Oui, il y en a moins de 100. Je le fais tourner un petit peu.

	I1 Belge une fois	I2 Pretty Books	I3 Holliyah	I4 Le blog de Patricia	I5 Blog_enviedelire	I6 Jabberthereader	I7 L'ocildeLuciolle	I8 Palace of Book	I9 360° nord	I10 The trendy Club
<b>Générer du trafic</b>	nommant les photos, développer tout ce qui est code CSS, contacter le sujet pour leur dire qu'on a écrit sur eux	Je dirais qu'il faut être très actif, il faut aussi être régulier, innovant, et surtout être présent sur les réseaux sociaux de façon quasi permanente	Ce qui permet de générer le plus de trafic ce sont les réseaux sociaux et les blogs des partages de grands magazines féminins qui met en avant les blogueuses.	Il faut partager un maximum ce que l'on fait sur les réseaux sociaux pour se faire connaître et donner envie aux personnes d'aller faire un tour sur votre blog.	Mais je n'ai pas du tout de technique de trafic.	Je pense que par rapport aux lectures qu'on chronique, on peut générer plus de trafic. Par exemple chroniquer un livre qui vient de sortir par des éditions connues et un titre connu. Ça peut générer plus de trafic. Les discussions marchent pas mal aussi.	En faisant plus de partage sur les RS et en parlant durant les rencontres, les salons.	En étant agréable, s'occuper des réseaux sociaux et surtout rester vrai et ne pas jouer un rôle !	Il faut être présent sur les réseaux sociaux et surtout de la régularité dans les publications.	Avec Facebook, instagram tout ça, il faut se faire un peu de la pub.

		11 Belge une fois	12 Pretty Books	13 Holliyah	14 Le blog de Patricia	15 Blog_enviedelire	16 Jabberthereader	17 L'oeildeLuciolle	18 Palace of Book	19 360° nord	110 The trendy Club
<b>Attachement</b>	<b>Association de mot</b>	« Décontracté. Comme ça s'est fait très naturellement et de manière pas réfléchi (...). Disponible. J'aime avoir des échanges avec mes lecteurs, je m'adresse à eux comme ci c'était des amis, j'aime communiquer (...) Aimant. Parce que je n'aurais jamais imaginé avoir des relations avec des gens alors qu'on est chacun derrière son ordi (...). C'est tellement bienveillant (...).	Je dirais Stimulé, mon blog me stimule tous les jours, j'ai envie d'écrire des articles parce que je vois que ça intéresse les lecteurs et puis ça m'intéresse aussi, je lis des livres qui m'intéressent, que j'apprécie. Impliqué aussi. Je suis tous les jours dessus. Voilà.	Libre ! C'est ce que je disais précédemment je ne me mets pas de pression. Je suis libre de parler et de faire ce qui me plait sur le blog. Cela permet également de m'assumer et de transformer mes complexes en force cela me libère du regard des autres.	À l'aise, car mon blog est un peu comme ma deuxième maison, inspirée, car mon blog est une source d'inspiration pour moi, épanoui aussi, car mon blog m'a aidé à être davantage épanoui dans ma vie, libre, car je suis mon propre « patron » sur mon blog et je n'ai aucune contrainte quant à ce que je veux publier ou non. Voilà.	À l'aise, décontracté. On n'est pas là pour se prendre la tête. Calme, car quand je rédige un article, je suis dans un état d'esprit assez serein. Confiante, car en général, les gens qui regardent ton article, ils aiment les livres, sinon ils ne seraient pas là. Intéressé, car c'est un sujet qui m'intéresse, sinon je ne parlerais pas de ça. Épanoui, ça va avec le fait que c'est un sujet qui m'intéresse.	À l'aise. Amusé, déterminé, il faut l'être pour faire vivre un blog, il ne faut pas se décourager à la première épreuve. (...) Concentré, j'essaie de l'être quand j'écris mes chroniques. Décontracté. En harmonie avec. De l'affection (...) Débordé, je l'ai été. Quand je me m'étais la pression quand les maisons d'édition m'ont contacté. Encouragé par mon copain. Satisfaite, je me sens libre. Il y a des fois, on a un peu la flemme quand un article prend beaucoup de temps à écrire et que ça va être casse bonbon avec la mise en page.	En harmonie avec, parce que le milieu littéraire et parler des romans, c'est moi, je me sens en harmonie avec ce que je fais. Encouragée, parce que je reçois des messages de gens qui me remercient pour les échanges, les chroniques et du coup ça me met en confiance. Très impliqué dans mon blog, j'y mets bcp d'énergie. Voilà.	Je dirais libre. De faire ce que je veux et quand je veux.	Impliqué. Je m'implique quand j'écris même si c'est aléatoire. Libre. Je suis libre de parler de ce que je veux. Épanoui. J'aime ce que je fais. Content	Il est libre. Ça représente bien mon blog, je suis très libre dans ce que je dis, je suis sans filtre et c'est libre à tout le monde de laisser son avis que ce soit positif ou négatif. Intéressé. Ouvert et inspiré. En harmonie avec ma personnalité et avec ce que je voulais de base, je voulais quelque chose de très simple. Ou je ne me casse pas la tête. Mon blog est vraiment sympa, mais il est chill. Satisfait. Je suis satisfaite de ce que j'ai pour l'instant.

		11 Belge une fois	12 Pretty Books	13 Holliyah	14 Le blog de Patricia	15 Blog_enviedelire	16 Jabberthereader	17 L'oeildeLuciolle	18 Palace of Book	19 360° nord	110 The trendy Club
Connexion	Les blogs du passé	Que c'est tout l'inverse. Que maintenant ça a été pris au sérieux même au niveau des médias. Que c'est un peu le métier d'un journaliste amateur et est dans les tendances très actuelles, car il y a l'idée du partage. Ça va dans l'air du temps avec les RS	Je pense au contraire que c'est encore d'actualité, car ils complètent les réseaux sociaux qui sont très limités niveau contenu avec des caractères souvent limités, et les gens cherchent encore à ce que certains sujets soient développés, et ils continuent à aller voir le blog quand le sujet les intéresse.	Nous sommes dépassés par les réseaux sociaux. C'est vrai, mais le blog permet de s'exprimer beaucoup plus et d'approfondir notre opinion. On est beaucoup plus libre que sur les réseaux sociaux où tout ça trop vite !	Les blogs ne sont pas du passé, ils sont l'avenir, ils se renouvellent et on encore de belles années devant eux.	Autant dire que ce n'est plus d'actualité ? Je dirais que c'est débile quand on voit le nombre de blogs aujourd'hui, ça ne fait qu'augmenter. Tout le monde à sa place sur le blogging, les jeunes et les moins jeunes. Ce n'est pas du passé le blogging, ça ne fera qu'augmenter dans le futur, mais peut être que YouTube prendra plus de place dans le futur.	Je suis un peu d'accord, avec YouTube, Instagram, le blog il fait un peu vieux jeu, le vieux journal antique que l'on essaie de faire vivre malgré tout et j'adore ça. J'aime mettre par écrit mes sentiments sur ce roman (...)	Alors aujourd'hui les blogs c'est du passé et je suis d'accord. Parce qu'il y a eu trois grosses phases dans internet. (...) Donc les gens vont sur mon blog parce que je le partage sur les RS, mais les blogs ont de moins en moins de visites par rapport à il y a 5-6 ans	c'est en train de devenir une réalité. Mais faut se battre contre !	Ce n'est pas du passé. On est encore nombreux à les utiliser.	C'est du passé, oui parce qu'on a ce phénomène YouTube, Instagram, mais je pense que les blogs ne disparaîtront pas. Ça serait dommage.
	Communauté	Pas vraiment. J'en ai une avec les gens, mais j'ai du mal à dire que je suis blogueuse.	Oui il y a une vraie communauté qui se crée autour du thème de la littérature, comme d'autres thèmes. On se connaît entre nous, on échange, on partage.	Oui malgré les idées reçues les autres blogueuses sont bienveillantes. Il y a certes un esprit de compétition, mais l'entraide est bien plus grande.	Oui j'ai l'impression de faire partie de la communauté des blogs littéraires ou des bookstagrammeurs. À force de partager des articles, de commenter, d'échanger, on finit par se lier à ce qui partage la même passion que nous et je trouve ça génial.	Oui, pas sur le blog parce qu'il démarre seulement. Mais oui, que ce soit sur les blogs ou Instagram, il y a une bonne ambiance, de l'entraide, un esprit d'équipe.	Je n'aime pas trop le mot communauté, parce que j'ai l'impression que ça fait secte, mais pour les livres oui, je pense. Ce que j'aime bien sur le blogging, je trouve qu'on se soutient tous sans se tirer dans les pattes. Dans les blogs littéraires, il y a des liens qui se font (...)	Complètement. Sur Instagram, je me sens bien. J'ai des gens que j'ai rencontrés dans la vraie vie et ils sont devenus des amis.	Oui la communauté livresque, mais surtout la booktuber sur YouTube. La communauté livresque sur YouTube.	Pas qu'à une seule communauté. Plein de communautés m'attirent et me conviennent sur certains points et dans d'autres ne points pas du tout.	Oui je pense. En partageant avec les autres, quand il y a des échanges avec les autres, je trouve que c'est ça une communauté.

		I1 Belge une fois	I2 Pretty Books	I3 Holliyah	I4 Le blog de Patricia	I5 Blog_enviedelire	I6 Jabberthereader	I7 L'oeildeLuciole	I8 Palace of Book	I9 360° nord	I10 The trendy Club
<b>Promotion</b>	<b>Faites-vous la promotion du blog</b>	Plus avec Instagram et Facebook. Et les médias. (...)	En dehors de ma présence sur les réseaux sociaux, non. Je relaie mes articles en taguant des éditeurs et auteurs pour faire connaître mon travail, mais ça s'arrête là.	Oui. Pour promouvoir mon blog, je suis très active sur les réseaux sociaux et les groupes de partages. Il est important d'être visible et de partager avec les autres. Oui, Instagram, Facebook, Snapchat et hellocon.	Pour promouvoir mon blog, je le partage sur Instagram, Twitter et Facebook. J'en parle autour de moi aussi et puis je vais aussi me présenter aux maisons d'édition par mail pour me faire connaître.	Non. Déjà je n'ai pas de page Facebook. J'ai juste mis mon lien sur Instagram. C'est le seul réseau social en dehors de mon blog que j'utilise. J'utilise aussi Booknode. Je mets une partie de ma chronique dessus et puis le lien de mon blog. Ça peut rentrer dans le trafic, communication, mais je ne fais que ça.	Pas vraiment. J'ai Instagram sur lequel je suis active, mais ça ne m'a pas apporté d'abonné. Les abonnés Instagram et abonné du blog sont très différents. La seule pub entre guillemets que je fais, c'est quand j'ai publié un article, je vais sur LivreAddict, je poste ma chronique sous le titre du livre et je la poste aussi sur le forum.	Sur Instagram je copie-colle le contenu de ma chronique. De Facebook, j'en ai beaucoup plus. J'ai créé un compte Twitter, mais je ne sais pas si j'ai des gens qui viennent de Twitter parce que je n'y vais pas souvent. (...) Je fais aussi la promotion durant les rencontres et les salons.	Non pas du tout.	Facebook et Instagram.	
	<b>Impact des RS</b>	Oui, oui, oui. Ça a vraiment tout changé quand on s'est mis sur les RS	Oui c'est certain.	Bien sûr, ils ont un impact direct sur les blogs, car cela permet d'améliorer la visibilité et la promotion. Le monde a évolué avec les réseaux sociaux tout passe par là de nos jours.	Bien sûr ! Les réseaux sociaux ont énormément d'impact sur les blogs sans eux il serait plus difficile de faire connaître notre blog.	Clairement. Même du côté des BookTuber.	Oui. Sur Instagram, il suffit d'avoir une belle photo et les gens vont aimer. YouTube peut aussi avoir un grand impact, mais c'est beaucoup plus de logistique que les autres réseaux sociaux	oui, oui, je pense. Parce que ça amène à la question qui est liée à la dernière image.	Oui ! Sans eux personne ne voit les nouveaux articles désormais.	Le 3/4 de mon trafic vient des réseaux. Sans eux, j'aurais moins de visite. Instagram, Facebook, Pinterest Oui, impact sur les blogs en généraux.	Je pense. Je trouve qu'ils sont fort reliés. Grâce au RS je vais avoir un petit peu plus de vue sur mon blog.

	I1 Belge une fois	I2 Pretty Books	I3 Holliyah	I4 Le blog de Patricia	I5 Blog_enviedelire	I6 Jabberthereader	I7 L'oeildeLuciole	I8 Palace of Book	I9 360° nord	I10 The trendy Club	
<b>Les RS idéaux pour promouvoir</b>	Instagram et Facebook.	Instagram ! C'est le meilleur pour partager, les gens sont plus ouverts.	Je dirais que les réseaux les plus adaptés sont Instagram, Facebook et hello coton, car ce sont les plus populaires et on peut décrire vraiment avec des visuelles et textes ce dont on veut parler.	Je dirais qu'ils le sont tous à leurs manières. Certaines personnes n'ont pas tous les réseaux sociaux et si on veut pouvoir avoir la chance de toucher un maximum de personnes, il faut le partager sur le maximum de plateforme.	Instagram. Ne serait-ce qu'avec la story. Ils peuvent mettre « nouvel article sur le blog », « lien en bio ». Une page Facebook, je pense qu'il faut déjà suivre le blog de quelqu'un, je pense, pour trouver la page Facebook.	Je pense toujours Instagram et les forums. Ça fait un peu vieux, mais je vois qu'avec LivreAddict, je n'aurais pas autant de livres que j'ai maintenant.	Je pense que ça va dépendre du sujet.	Facebook. Peut-être le plus "large public" et les infos s'affichent plus facilement sur votre fil d'actualité. Les autres réseaux les messages sont plus vite perdus.	Instagram. Les gens sont plus impliqués sur Instagram. Surtout la communauté Bookstagram	Instagram. C'est le RS le plus connu, le plus utilisé. Et il y a que sur Instagram ou je vois les gens qui viennent parler de ce qu'ils font, ils ont beaucoup plus facile de parler de ce qu'ils font sur Instagram.	
<b>Crédibilité</b>	<b>Influenceur</b>	Oui. Notamment avec la Thaïlande. Il y a pas mal de gens qui ont choisi la Thaïlande pour partir. Ce qui n'est pas anodin. Et les restaurants. Il y a pas mal de restaurants qui nous disent ça fait deux mois qu'on est complet.	J'ai souvent des retours de gens qui me suivent et qui me disent ce qu'ils ont pensé d'un livre que j'ai chroniqué, ou qui disent qu'ils vont le lire.	Je ne suis pas assez connu pour le moment par avoir un tel impact.	J'ai déjà influencé des lecteurs à acheter des livres que je présentais, certains sont venus me le dire (...) Je crois que c'est cela qu'on appelle être « influenceur ».	Je ne sais pas. Je pense que les services presses ont plus d'influence, vu qu'ils reçoivent le livre en avant-première, ça aide. Moi, vu que j'ai une grosse PAL, c'est des livres qui sont sortis il y a plusieurs années et les gens l'ont vu, vu et revu et mon avis ce n'est pas ça qui va faire la différence.	Oui je pense.	J'influence plus via Instagram que via mon blog. J'ai souvent des gens qui me disent je vais l'acheter ou je l'ai acheté, par contre j'ai rarement le retour sur l'avis de lecture après la lecture. J'ai déjà influencé.	Oui je reçois souvent des messages d'abonnés qui ont acheté des livres à cause de moi	Certains de mes amis commencent à réduire leurs déchets par exemple. Pas seulement grâce à mon blog, ou mes photos Insta, mais ils m'ont dit que c'est grâce à des exemples que j'ai donné. C'est sympa de savoir ça.	Oui, on est déjà venu me le dire, je trouvais ça sympa. Même avant d'avoir mon blog, ça arrivait au quotidien avec mes copines et maintenant avec mon blog, on vient souvent me le dire. Ça oui.
	<b>Influencé</b>	Oui, clairement.	Cela m'arrive. Je	Ça m'arrive.	Cela m'arrive	Oui, que ce soit	Oui, beaucoup trop,	Oui, souvent. Ma	Bien sûr. Des	Non pas	Ouais. Ça oui. Je

	I1 Belge une fois	I2 Pretty Books	I3 Holliyah	I4 Le blog de Patricia	I5 Blog_enviedelire	I6 Jabberthereader	I7 L'oeildeLuciolle	I8 Palace of Book	I9 360° nord	I10 The trendy Club	
	Surtout dans la mode et dans l'idée des bonnes affaires. Et aussi, je veux aller à Bali et c'est parce que je suis une fille, une blogueuse, qui va tout le temps à Bali.	sais plus trop quoi, mais ça m'arrive oui. J'ai déjà lu des livres aussi après avoir vu des avis d'autres blogueurs que je suis.	Même souvent.	souvent d'acheter quelque chose après avoir vu un post.	les blogs ou les réseaux sociaux, ils m'influencent vachement	et c'est ce qui pose des problèmes à mon compte en banque. Je suis très influençable là-dessus.	PAL a explosé depuis que je suis sur Instagram.	achats de livres.	spécialement. Ou sans m'en rendre compte.	ne sais plus quoi. Mais c'est arrivé plusieurs fois.	
<b>Fidélité</b>	<b>Conseiller de faire un blog</b>	Je l'ai déjà dit plein de fois. Il y en a qui voit que l'aspect sympathique et quand je leur dis, mais fais-le, ils sont là, non t'es fou.	Oui si la personne en a l'envie, et est inspirée, car il n'y a rien de pire que de copier ce qui se fait déjà ou de le tenir par obligation.	Je l'ai déjà conseillé à ma belle-sœur qui s'est lancée et ne regrette pas du tout. Elle s'éclate et elle me remercie à chaque fois, car c'est moi lui est fait de A à Z.	Je conseillerais à n'importe qui ayant envie de parler de sa passion et qu'il soit à l'aise avec l'écrit de faire un blog.	Oui. À tout âge, je conseille de créer un blog sur le sujet qu'on veut, que ce soit avant tout une passion, parce que c'est rare de gagner de l'argent avec un blog.	Oui. Peu importe le sujet d'ailleurs. Je me suis épanoui en écrivant mon blog et tant que la chose nous plaît il faut juste partager dessus si c'est ce dont on a besoin. Je l'ai déjà conseillé à une amie qui voulait faire un blog beauté.	Pas nécessairement. Pour moi ça doit être une envie.	S'ils ont le temps et l'envie de partager alors oui qu'ils foncent !	Oui.	Oui, je conseillerais si t'es passionné, si t'as envie de partager.

## Annexe 4 : Verbatim des interviews

Entretien 1 : Belge une fois .....	117
Entretien 2 : Pretty Books .....	127
Entretien 3 : HOLLIYAH .....	133
Entretien 4 : Le blog de Patricia.....	140
Entretien 5 : Blog_enviedelire.....	147
Entretien 6 : Jabberthereader.....	155
Entretien 7 : L'œil de Luciolle .....	164
Entretien 8 : Palace of books.....	173
Entretien 9: 360 degré nord.....	179
Entretien 10 : The trendy club:.....	185

### Entretien 1 : Belge une fois

*Bonjour,*

*Je m'appelle Amandine Sizaire, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études sur l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*Je vous remercie vivement de me consacrer un peu de votre temps. En quelques mots, l'entretien a pour but de comprendre les motivations des blogueurs à partager leurs avis sur internet.*

*Les réponses à ce questionnaire resteront confidentielles et feront uniquement l'objet d'un traitement global.*

*La durée de l'entretien est estimée à 30 minutes. Je tiens à préciser qu'il n'existe pas de bonne ou de mauvaise réponse, ce que je souhaite comprendre c'est le pourquoi et le comment vous utilisez un blog. Si certaines questions vous gênent, vous n'avez aucune obligation d'y répondre.*

#### **1. Questions personnelles :**

*Je vais commencer par me présenter et puis ce sera votre tour. Je m'appelle Amandine Sizaire, j'ai 24 ans, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études concernant l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*J'ai créé un blog il y a deux ans parlant de mes lectures, car j'avais l'envie de partager sur les livres qui passaient entre mes mains.*

***À vous, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?***

« Je m'appelle Natacha, j'ai 28 ans. J'ai lancé mon blog avec Arthur qui est mon compagnon qui a 31 ans. C'est un blog qui a 5 ans. C'est un blog qui parle de tout. On n'a aucune contrainte de sujet. Même si je parle beaucoup de restaurants et de nourritures ».

## **2. Thème introductif :**

*Nous allons entrer dans le vif du sujet avec quelques questions relatives à votre blog :*

***Premièrement, pouvez-vous m'expliquer quand et pourquoi vous avez créé un ou plusieurs blogs ?***

« À la base, c'est parce qu'on est deux bobos sorteurs, on va beaucoup au restaurant et on fait beaucoup d'évènements. Nos amis nous demandaient toujours si on n'avait pas un bon resto, etc. Alors, on s'est dit qu'on pourrait mettre ça par écrit. La demande est venue comme ça, de manière spontanée et je me suis dit s'il y a des gens qui nous lisent, tant mieux.

À la base, c'est moi qui ai voulu créer un blog, mais au final, il y avait des sujets qui étaient plus faciles pour Arthur. Je pense par exemple à des trucs un peu plus techniques. »

➤ *Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur votre blog ?*

« Notre vrai nom. C'est par jeu de transparence. On voulait être fidèle à nous même, on s'exprime de la même manière à l'écrit que comme on parle. Il n'y a pas de tromperie. On parle entre guillemets comme un bon pote. On utilise plutôt un langage courant pour que chacun puisse s'identifier et répondre à tout âge. »

➤ *De quoi parlez-vous sur votre blog ?*

« De tout. Ça va dans tous les sens. Par exemple, demain j'ai une nouvelle passion pour les hippopotames, je vais aller créer une catégorie hippopotame, même si je ne pense pas que ça arrivera un jour. On n'est pas du tout tenu à un thème. »

➤ *Sur quel site votre blog est-il hébergé et pourquoi ce site? (WordPress, blogger, etc.)*

« Sur WordPress. J'avais à l'époque consulté des forums pour savoir quel hébergeur était le plus facile et il me semble que tout le monde conseillait de le faire là-dessus. »

➤ *Avez-vous créé ou bien sélectionné un Template tout fait pour votre mise en page ?*

« Alors, au départ, j'avais un template tout fait qui était gratuit. Par contre, maintenant, je ne l'ai pas fait moi-même, mais je l'ai acheté via wordpress. Ce n'est pas gratuit ! »

***Quels adjectifs/mots associez-vous à votre blog ? « Pour vous, avoir un blog c'est .... »***

« Pour moi, c'est partager. Mais après, pour mon blog, ça serait éclectique. »

### **3. Centrage du sujet :**

*Nous allons si vous le voulez bien parler maintenant des aspects plus techniques et des résultats concernant le blog.*

***Pouvez-vous me parler de votre activité sur le blog ?***

« On essaie de poster un article par semaine. C'est ce qu'on essaie de faire. Mais des fois, on en poste un tous les deux jours et des fois il y a un trou de 3 semaines. Mais l'idée est d'avoir une moyenne d'un article par semaine. On aimerait bien plus, mais malheureusement ça prend tellement de temps. »

➤ *Combien de temps vous prend l'écriture d'un nouvel article ?*

« Pour en avoir fait un, il y a deux soirs, j'ai mis 3 heures. Ce qui prend le plus de temps, c'est l'écriture. Et je ne compte pas le temps où je suis par exemple à l'évènement ou au resto. Donc, ça peut être beaucoup plus longtemps. »

➤ *Faites-vous des recherches avant d'écrire un article (inspirez-vous d'autres articles ou informations) ?*

« Ça, je ne fais pas pour ne pas être influencée. J'ai peur après, je ne vais pas dire de changer d'avis, mais, je risque de dire des choses auxquelles soit je n'avais pas pensé avant, ça peut être bien, mais négatif aussi. Du coup, je préfère ne pas me renseigner. Par contre, je suis toujours sur le site référent du sujet pour être sûr de ne pas faire d'erreurs sur par exemple la date de création, les coordonnées, l'adresse email ou le site internet. J'ai toujours une fenêtre d'ouverte avec ça ou alors si c'est via des agences de communication, j'ai toujours le communiqué de presse à côté de moi. »

➤ *D'après vous pourquoi les gens lisent vos articles ?*

« Parce qu'ils savent que si on en parle, c'est déjà parce qu'on a eu un coup de cœur. C'est vraiment l'idée de donner un bon filon et de trouver des informations qu'on ne cherchait pas. Il y a pour moi un peu de la curiosité et si je vais parler d'un chouette concept, les gens, même si ils n'y pensaient pas, peuvent ce dire « à c'est chouette en fait ce concept, je suis content d'avoir entendu parler de ça » et plus tard dans leur vie, ils auront peut-être l'occasion d'en parler à quelqu'un d'autre ou le faire eux-mêmes. Tout dépend à chaque fois du sujet. Par exemple, pour un resto, les gens ne connaissent pas forcément l'adresse, puis ils vont voir les photos et se dire que ça à l'air trop bon. »

➤ *Vous ne parlez que de sujet de manière positive ? Que de vos coups de cœur ?*

« Oui, moi je pars du principe que si je n'aime pas un truc, je n'en parle pas. Si par exemple, je suis invitée à loger à un hôtel, où j'ai été invitée, je n'ai rien payé et que ça ne s'est pas du tout bien passé. Je vais dire à l'hôtel « c'est une meilleure idée de ne pas en parler que d'en parler ». J'avais envie que mon blog soit positif et ne parle pas de chose négative. Par contre, à l'inverse, si j'ai été à un endroit et que ça ne s'est pas bien passé, je vais plutôt en parler en store sur instagram, mais je ne vais pas y consacrer un article. C'est en store, donc au bout de 24 heures, c'est fini. »

➤ *Lisez-vous des articles d'autres blogs ?*

« Oui. Souvent ce sont des blogs qui étonnamment ne sont pas sur mes centres d'intérêt. Je vais aller lire des blogs de modeuse, alors que je ne suis pas la mode actuelle. Je lis aussi beaucoup d'article de maman, alors que je n'ai pas d'enfants. Ça m'intéresse de lire des sujets que moi, je ne vais pas en parler, au niveau de l'ouverture d'esprit, je trouve ça très intéressant. C'est un peu comme lire un magazine. Je vais lire tous les sujets et pas seulement ceux qui m'intéressent parce qu'en lisant, je vais peut-être y trouver un intérêt. J'ai souvent le cas dans les articles de mode. Je vais par exemple retenir les fashions faux pas et me dire « ça ça ne se fait plus », même si je vais peut-être acheter la jupe deux semaines après. Pour résumer, c'est pour rechercher des informations. »

***La moyenne des visiteurs d'un blog par jour est de 100 personnes, pensez-vous être au-dessus, en dessous ou dans la moyenne ?***

« Je suis dans la moyenne. »

➤ *Pouvez-vous estimer le nombre de personnes qui ont lu votre article ?*

Oui, en sachant que j'en ai des qui sont indétrônables, les gens retournent toujours dessus. Les stats ne font que monter sur parfois des sujets vraiment chelous et en même temps, il y en a qui ne perce pas. Je crois que ça dépend du moment que je les poste et du sujet. J'ai un très vieux article, les gens vont le voir tout le temps et il faut presque chercher des heures dans le blog pour le retrouver. C'est via des recherches Google, mais c'est aussi parce que personne d'autre n'en a parlé, donc les gens tombent tout de suite dessus. »

➤ *D'après vous comment générer du trafic sur un blog ?*

« En nommant les photos. Par exemple, au lieu que ça s'appelle : photo 1.jpeg, et si c'est un fichier sur l'Atomium appelé l'image : atomnium.jpeg. il faut essayer de référencer les photos avec les bons noms. Mais aussi développer tout ce qui est code CSS et quelque chose de tout simple, c'est de contacter le sujet pour leur dire qu'on a écrit sur eux, car du coup, ils le partagent et ça peut devenir des futurs lecteurs. »

***Que pensez-vous de cette image ? Veuillez détailler.***

« Je pense que les blogs d'aujourd'hui ont évolué. Un truc qui paraissait un peu désuet est revenu au centre des centres d'intérêt des gens. Et le souci, c'est qu'il n'y a pas que les gens qui ont compris ça, mais également les marques et les agences de communication qui regarde surtout le nombre de followers et les stats des blogs et ils ont vite compris que les blogs peuvent devenir des sortes d'encarts publicitaires en sponsorisant des articles. Et de plus en plus de gens ne vivent que de leur blog, et gagne de l'argent. Moi des fois, on me dit « les gars, vous êtes toujours invités au resto et tout », moi, je ne vais pas demander qu'on me paie, parce que je suis payée en nature, vu que je ne paie pas le resto. Mais je réponds, « tu ne te rends pas compte du temps que je prends pour faire l'article et les photos, souvent je bouffe froid ». et de plus c'est parfois gênant d'être au resto et de faire plein de photos, les gens nous regardent. Je réponds aussi « tu sais, je ne suis pas payé pour faire ça. C'est un peu du travail de journaliste. Donc je trouve ça normal d'être rémunéré pour les gens qui ne font que ça. Mais ils ne doivent pas oublier que les blogs, c'est quelques choses de ponctuelles et il ne faudrait pas que ça devienne un truc qu'avec des articles sponsorisés. Et d'ailleurs, maintenant, les lecteurs sont plus dubitatifs sur la véracité des articles. »

➤ *Ton blog te coute-t-il de l'argent ?*

« Au départ non, maintenant un peu par rapport au template et l'hébergeur annuel. Ça ne me coute pas de l'argent, mais surtout du temps. Bien que parfois, je fais des mises en scène

photo et j'ai acheté un téléphone puissant pour pouvoir faire des photos et j'ai acheté un stabilisateur. Donc, oui quand même, en matériel. »

➤ *Gagnez-vous de l'argent avec votre blog ?*

« On accepte des fois d'être payé, oui ».

➤ *Avez-vous déjà reçu une offre d'une entreprise pour mettre en avant l'un de leurs produits sur votre blog ?*

« Oui, ça arrive souvent, mais la plupart du temps je dis non. Avec tous les réseaux sociaux, je vais avoir plus facile à dire oui, pour instagram que pour écrire un article ».

➤ *Ce sont quel genre de produit par exemple ?*

« Ça va dans tous les sens et parfois ça n'a aucun sens vraiment. La dernière fois, on m'a dit, on vous prête un ordinateur et on vous donne 500€ et vous écrivez un article dessus. Je leur ai dit que je préférerais alors avoir l'ordinateur, mais ça, il ne pouvait pas, parce qu'en gros, c'était un ordinateur qu'il prêtait à d'autres blogueurs aussi. Je leur ai dit que ce n'était pas du tout éthique. Et d'ailleurs, j'ai balancé ça à d'autres blogueurs pour les prévenir ».

#### **4. Centrage sur les motivations personnelles :**

*Passons à vos motivations personnelles.*

***« Parmi ces mots lesquels décrivent le mieux vos sentiments vis-à-vis de votre blog? » : et pourquoi ?***

À l'aise, amusé, assommé, absorbé, aimant, confiant, calme, choqué, comblé, concentré, concerné, confiant, décontracté, débordé, déboussolé, désespéré, détaché, déterminé, disponible, égal, empli de tendresse, en confiance, en harmonie avec, honteux, égaré, encouragé, épanoui, équilibré, flegmatique, furax, gonflé à bloc, interloqué, impliqué, inspiré, intéressé, libre, mobilisé, nonchalant, ouvert, plein d'affection, plein d'énergie, plein de pitié, ragaillard, rassuré, réconforté, relax, résolu, satisfait, sceptique, stimulé, perplexe, vide.

« Décontracté. Comme ça s'est fait très naturellement et de manière pas réfléchie, un peu inshalla, du coup c'est très décontracté, je n'ai aucune obligation, je n'ai jamais rien promis à personne. Du coup, il y a un côté très chouette.

Disponible. J'aime avoir des échanges avec mes lecteurs, je m'adresse à eux comme ci c'était des amis, j'aime communiquer. Un lien de dingue s'est créé notamment avec les followers instagrams. J'ai envie d'être disponible pour eux et quand ils veulent en savoir davantage, je veux pouvoir savoir leur répondre.

Aimant. Parce que je n'aurais jamais imaginé avoir des relations avec des gens alors qu'on est chacun derrière son ordi. Je trouve ça dingue. Les gens sont touchants, et comme ils savent où on travaille, des gens viennent ici à la boutique et on se rencontre en vrai.

C'est tellement bienveillant. Nous on n'a pas de hâter, on a que des lover et c'est une chance. J'aimerais que ce soit comme ça pour tous les blogueurs. Bien que je n'ai jamais autant de commentaires et réactions quand je mets quelques choses de négatif sur Instagram. »

➤ *Le concept store, vous l'avez créé après le blog ? Vos vouliez créer quelques choses en rapport avec le blog ?*

« Oui, après le blog. Tout est lié. On a une marque et tout est lié. Pour moi, ce n'est pas possible d'avoir l'un sans l'autre. »

***Imaginez que vous venez d'écrire un nouvel article, quel sentiment correspond le mieux à ce que vous pourriez ressentir ? Pourquoi ?***

➤ *Pourquoi bloguez-vous ? (pour le travail, pour le plaisir, pour partager mes connaissances, etc.)*

« Je blogue autant pour le travail que pour le plaisir, car au final je n'ai pas vraiment de notion de travail, parce que mes passions me rémunère. Donc, le blog fait partie de mon travail. Je ne suis plus blogueuse amatrice, je suis blogueuse professionnelle, même si ça ne me rémunère pas blindé. »

➤ *Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle ?*

« Complètement. Surtout avec tous les évènements auxquels on est invité, les évènements presses. On rencontre énormément de gens avec qui on a pu par la suite collaborer, on fait du gros réseautage ».

➤ *Est-ce que vous avez été étonné du succès du blog ?*

« Oui complètement. Ce n'est pas venu tout de suite. À la base, j'étais un peu gênée de dire que j'avais un blog. Au départ, on n'osait pas le dire à nos potes et limites, ils se moquaient de

nous en nous disant « vous écrivez quoi ? C'est votre journal intime ? » et maintenant, c'est carrément l'inverse, nos potes nous appellent pour nous dire tu devrais écrire là-dessus.

On a été pris au sérieux et on nous demande des conseils. »

### **Voici 3 balances : comment évalueriez-vous les avantages et inconvénients d'être un blogueur ? PK**

« Il y a clairement plus d'avantages. »

#### ➤ *Quels sont les désavantages ?*

« Des fois le temps. Ça prend des heures et parfois il y a un côté décourageant surtout avec les réseaux sociaux. Avec Instagram notamment. Certain ils ont qu'Instagram et ça suffit pour parler du sujet. Parfois, il y a un côté démotivant, mais au final, je n'ai pas envie de me comparer, j'ai toujours bien aimé le blog. J'essaie de rendre les articles attractifs avec une belle mise en page, des chouettes photos et je veux continuer.

La rigueur aussi, c'est parfois dur. Parfois, j'ai des semaines hyper chargé et je me dis je n'ai pas envie d'écrire. »

### **5. Centrage sur la promotion :**

*Si vous le voulez bien j'aimerais maintenant que l'on se concentre sur la promotion de votre blog.*

***Faites-vous la promotion de votre blog ? Pouvez-vous me décrire ce que vous faites pour promouvoir votre blog ?***

« Plus avec Instagram et Facebook. Et les médias. Parfois on est invité à la télé ou la radio et des fois ils nous appellent et je crois que c'est pour la boutique, mais on me dit que c'est pour parler du blog. Du coup, que ce soit la marque la boutique ou le blog, on va parler des 3 sujets. Et pendant deux ans, sur tous nos textiles et plusieurs de nos produits, c'était le blog qui était sur les étiquettes et non le site internet parce qu'on ne fait pas les choses que pour le côté financier et on préférerait que les gens aillent sur le blog que sur le site de e-commerce. »

#### ➤ *Pensez-vous que les RS ont un impact sur votre blog ?*

« Oui, oui, oui. Ça a vraiment tout changé quand on s'est mis sur les RS. »

➤ *Pensez-vous que les RS ont un impact sur les blogs en général ?*

Oui, je pense qu'il y en a plein qui n'arrive pas à se faire connaître sans.

➤ *Quels RS sont les plus adaptés selon vous pour parler de son blog, de ses articles ?*

Instagram et Facebook.

### **Que répondrez-vous ?**

« Que c'est tout l'inverse que maintenant ça a été pris au sérieux même au niveau des médias. Que c'est un peu le métier d'un journaliste de journaliste amateur et est dans les tendances très actuelles, car il y a l'idée du partage. Ça va dans l'air du temps avec les RS. »

### ***Pensez-vous avoir déjà influencé l'un de vos lecteurs à un comportement ? Développer.***

« Oui. Notamment avec la Thaïlande. Il y a pas mal de gens qui ont choisi la Thaïlande pour partir. Ce qui n'est pas anodin. Et les restaurants. Il ya pas mal de restaurants qui nous disent ça fait deux mois qu'on est complet, alors que nous on ne s'en rend pas spécialement compte. »

➤ *Avez-vous déjà choisi d'acheter quelques choses après avoir lu / vu un avis dessus ?*

« Oui, clairement. Surtout dans la mode et dans l'idée des bonnes affaires. Et aussi, je veux aller à Bali et c'est parce que je suis une fille, une blogueuse, qui va tout le temps à Bali et du coup je veux y aller. »

### ***Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté ?***

« Pas vraiment. J'en ai une avec les gens, mais j'ai du mal à dire que je suis blogueuse. »

### ***Conseillerez-vous de faire un blog à d'autres personnes ?***

« Je l'ai déjà dit plein de fois. Il y en a qui voit que l'aspect sympathique et quand je leur dis, mais fais-le, ils sont là, non t'es fou. »

## **6. Plus ?**

### **Avez-vous quelque chose à ajouter ?**

« Non c'est parfait ».

## **7. Remerciements**

Je vous remercie grandement d'avoir consacré du temps pour répondre à cet entretien.

## Entretien 2 : Pretty Books

Bonjour,

*Je m'appelle Amandine Sizaire, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études sur l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*Je vous remercie vivement de me consacrer un peu de votre temps. En quelques mots, l'entretien a pour but de comprendre les motivations des blogueurs à partager leurs avis sur internet.*

*Les réponses à ce questionnaire resteront confidentielles et feront uniquement l'objet d'un traitement global.*

*La durée de l'entretien est estimée à 30 minutes. Je tiens à préciser qu'il n'existe pas de bonne ou de mauvaise réponse, ce que je souhaite comprendre c'est le pourquoi et le comment vous utilisez un blog. Si certaines questions vous gênent, vous n'avez aucune obligation d'y répondre.*

### **1. Questions personnelles :**

*Je vais commencer par me présenter et puis ce sera votre tour. Je m'appelle Amandine Sizaire, J'ai 24 ans, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études concernant l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*J'ai créé un blog il y a deux ans parlant de mes lectures, car j'avais l'envie de partager sur les livres qui passaient entre mes mains.*

***À vous, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?***

*« Je m'appelle Fiona, j'ai 27 ans, et j'ai créé mon blog il y a plus de 5 ans pour partager mes lectures. Je suis bibliothécaire, et le blog est vraiment en complémentarité de mon métier au quotidien. »*

### **2. Thème introductif :**

*Nous allons entrer dans le vif du sujet avec quelques questions relatives à votre blog :*

***Premièrement, pouvez-vous m'expliquer quand et pourquoi vous avez créé un ou plusieurs blogs ?***

« J'ai créé mon blog il y a 5 ans et demi. Quand je l'ai créé, j'avais envie de parler avec d'autres passionnés, j'étais dans une période assez compliquée, je doutais de moi sur le plan professionnel. À la base j'ai étudié le droit et je savais que je ne parviendrais pas à m'épanouir dans ce domaine. Alors pour décompresser en quelque sorte, j'ai créé le blog, mais je l'ai créé surtout pour partager mes avis de lecture avec d'autres passionnés de lecture. »

➤ *Combien de blogs possédez-vous ?*

« Un seul. J'ai un seul blog. »

➤ *Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur votre blog ?*

« J'utilise un pseudo. J'ai choisi Pretty Books et c'est resté. Je l'utilise sur mon blog, mais aussi sur les réseaux sociaux. Je me dévoile rarement, et au début je préférais écrire sous un pseudo. Encore maintenant. »

➤ *De quoi parlez-vous sur votre blog ? Avez-vous un thème prédéfini ? Tel que la mode, la photographie ?*

« Je parle essentiellement de littérature, mais aussi de cinéma et des séries TV que j'ai vu. Il m'arrive aussi de parler d'événements littéraires et des voyages que j'ai faits. »

➤ *Sur quel site votre blog est-il hébergé ?*

« Sur Wordpress. »

➤ *Avez-vous créé ou bien sélectionné un Template tout fait pour votre mise en page ?*

« Alors, j'ai sélectionné un template tout fait, mais j'ai créé moi-même ma bannière qui apparaît sur le blog. »

***Quels adjectifs/mots associez-vous à votre blog ? « Pour vous, avoir un blog c'est .... »***

« Pour moi avoir un blog c'est personnel. C'est se démarquer, faire en sorte qu'il soit unique et ne reprenne pas forcément ce qui se fait déjà. Oui je dirais, c'est complètement personnel. »

**3. Centrage du sujet :**

*Nous allons si vous le voulez bien parler maintenant des aspects plus techniques et des résultats concernant le blog.*

***Pouvez-vous me parler de votre activité sur le blog ?***

« Oui, je chronique mes lectures de façon très régulière. Il y a un article publié sur le blog tous les deux jours en fait, et je relaie ces informations sur mes différents réseaux sociaux après chaque publication. »

➤ *Et combien de temps vous prend l'écriture d'un nouvel article ?*

« Le temps de rédaction dépend de l'article, en réalité. Je dirai que l'écriture d'un article me prend entre 30 minutes pour certaines chroniques et 5 heures pour d'autres. Ça dépend vraiment de quoi je parle. »

➤ *Combien de temps consacrez-vous par semaine/ jour ou mois à votre blog ?*

« Beaucoup. Un temps assez énorme, car il y a tout le travail de réponse aux mails et les commentaires et tous les réseaux sociaux à gérer, ça me prend beaucoup de temps. Je dirai que j'y passe 2h par jour minimum. »

➤ *Faites-vous des recherches avant d'écrire un article ?*

Je ne recherche pas à connaître l'avis d'autre blogueur sur un livre que je chronique, par contre, je fais des recherches pour certains articles par exemple quand je propose une sélection de livres que j'ai aimés et qui vont sortir en poche, avant de pouvoir en parler je dois bien savoir quand ils vont sortir. Voilà, mais aussi pour l'organisation de projet, oui je fais souvent des recherches. »

➤ *D'après vous pourquoi les gens lisent vos articles ?*

« Pour trouver des idées de lecture, essentiellement. »

➤ *Lisez-vous des articles d'autres blogs ?*

« Oui ça m'arrive. Surtout des articles de quelques personnes que je suis. »

➤ *Sur quel sujet par exemple ?*

« Ce sont des articles littéraires aussi, de blogueurs que je suis. »

***La moyenne des visiteurs d'un blog par jour est de 100 personnes, pensez-vous être au-dessus, en dessous ou dans la moyenne ?***

« Je suis au-dessus. »

➤ *Pouvez-vous estimer le nombre de personnes qui ont lu votre article ?*

« Oui, à l'aide des statistiques du blog. Mais je préfère ne pas trop en dire.»

➤ *D'après vous comment générer du trafic sur un blog ?*

« Je dirais qu'il faut être très actif, il faut aussi être régulier, innovant, et surtout être présent sur les réseaux sociaux de façon quasi permanente. »

***Que pensez-vous de cette image ? Veuillez détailler. Image 1***

« Je la trouve assez fausse. Mon blog ne me procure aucun revenu personnellement. Et ne me coûte rien non. Après oui, je sais que certains blogueurs gagnent de l'argent avec leur blog, mais ce n'est pas mon cas. »

#### **4. Centrage sur les motivations personnelles :**

*Passons à vos motivations personnelles.*

***Parmi ces mots lesquels décrivent le mieux vos sentiments vis-à-vis de votre blog? » : et pourquoi ?(Image 2)***

« Je dirais Stimulé, mon blog me stimule tous les jours, j'ai envie d'écrire des articles parce que je vois que ça intéresse les lecteurs et puis ça m'intéresse aussi, je lis des livres qui m'intéressent, que j'apprécie. Impliqué aussi. Je suis tous les jours dessus. Voilà. »

➤ *Imaginez que vous venez d'écrire un nouvel article, quel sentiment correspond le mieux à ce que vous pourriez ressentir ? Pourquoi ?*

« Enfait, j'essaie de perfectionner au maximum mes articles, je suis un peu maniaque de ce côté-là. Je le relis, le reprends, et une fois terminé, je suis en général satisfaite. Et j'ai hâte de le partager. »

➤ *Pourquoi bloguez-vous?*

« Pourquoi je blogue ? C'est vraiment pour partager, pour laisser une trace de mes lectures, créer aussi, oui créer, inventer. J'aime sans arrêt créer de nouveaux projets, les développer, voir les résultats. »

➤ *Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle ?*

« Oui clairement. Il m'a aidé à trouver du travail notamment. Il m'a aussi donné beaucoup de contacts dans le monde de l'édition, et il m'aide chaque jour au quotidien dans mon métier de bibliothécaire que ce soit au niveau des connaissances des parutions ou des conseils aux lecteurs, etc. »

***Voici 3 balances : comment évalueriez-vous les avantages et inconvénients d'être un blogueur ? Pourquoi ? (image 3)***

« Il y a plus d'avantages d'après moi. C'est passionnant, cela crée de nombreuses opportunités et nous avons une liberté tellement forte que c'est ce qui me plaît le plus. A l'inverse, l'inconvénient est qu'on ne peut pas tellement couper, car c'est un milieu où il faut être toujours présent, donc être très organisé et disponible, même si on a déjà fait une journée de travail en plus. »

#### **5. Centrage sur la promotion :**

*Si vous le voulez bien j'aimerais maintenant que l'on se concentre sur la promotion de votre blog.*

***Faites-vous la promotion de votre blog ? Pouvez-vous me décrire ce que vous faites pour promouvoir votre blog ?***

« En dehors de ma présence sur les réseaux sociaux, non. Je relaie mes articles en taguant des éditeurs et auteurs pour faire connaître mon travail, mais ça s'arrête là. »

➤ *Vous utilisez donc les réseaux sociaux ?*

« Oui, Instagram, Facebook et twitter. »

➤ *Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur les blogs en général ?*

« Oui c'est certain. »

➤ *Quels réseaux sociaux sont les plus adaptés selon vous pour parler de son blog, de ses articles ? Et pourquoi ?*

« Instagram ! C'est le meilleur pour partager, les gens sont plus ouverts. »

***Que répondriez-vous ? (Image 4)***

« Je pense au contraire que c'est encore d'actualité, car ils complètent les réseaux sociaux qui sont très limité niveau contenu avec des caractères souvent limités, et les gens cherchent

encore à ce que certains sujets soient développés, et ils continuent à aller voir le blog quand le sujet les intéresse. »

➤ Pensez-vous avoir déjà influencé l'un de vos lecteurs à un comportement ?

« Oui, c'est certain. J'ai souvent des retours de gens qui me suivent et qui me disent ce qu'ils ont pensé d'un livre que j'ai chroniqué, ou qui disent qu'ils vont le lire. »

➤ Avez-vous déjà fait quelque chose après avoir vu un post?

« Cela m'arrive, j'imagine, d'acheter quelque chose après l'avoir vu sur Facebook ou un réseau social. Je sais plus trop quoi, mais ça m'arrive oui. J'ai déjà lu des livres après avoir vu des avis d'autres blogueurs que je suis »

➤ Avez-vous déjà reçu des produits/ livres pour en parler sur votre blog ?

Oui, ça arrive, je reçois des livres régulièrement de maisons d'édition. Et puis, des invitations aussi à des événements. Oui, ça arrive.

➤ Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté ?

« Oui il y a une vraie communauté qui se crée autour du thème de la littérature, comme d'autres thèmes. On se connaît entre nous, on échange, on partage. »

➤ Enfin, conseillerez-vous de faire un blog à d'autres personnes ?

« Oui si la personne en a l'envie, et est inspirée, car il y a rien de pire que de copier ce qui se fait déjà ou de le tenir par obligation. »

## **6. Plus ?**

*Avez-vous quelque chose à ajouter ?*

« Non. »

## **7. Remerciements**

*Je vous remercie grandement d'avoir consacré du temps pour répondre à cet entretien.*

### Entretien 3 : HOLLIYAH

Bonjour,

*Je m'appelle Amandine Sizaire, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études sur l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*Je vous remercie vivement de me consacrer un peu de votre temps. En quelques mots, l'entretien a pour but de comprendre les motivations des blogueurs à partager leurs avis sur internet.*

*Les réponses à ce questionnaire resteront confidentielles et feront uniquement l'objet d'un traitement global.*

*La durée de l'entretien est estimée à 30 minutes. Je tiens à préciser qu'il n'existe pas de bonne ou de mauvaise réponse, ce que je souhaite comprendre c'est le pourquoi et le comment vous utilisez un blog. Si certaines questions vous gênent, vous n'avez aucune obligation d'y répondre.*

#### **1. Questions personnelles :**

*Je vais commencer par me présenter et puis ce sera votre tour. Je m'appelle Amandine Sizaire, J'ai 24 ans, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études concernant l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*J'ai créé un blog il y a deux ans parlant de mes lectures, car j'avais l'envie de partager sur les livres qui passaient entre mes mains.*

***À vous, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?***

*« Je m'appelle Morgane, on me surnomme HOLLIYAH et c'est sous ce nom que je suis sur le blog. J'ai 30 ans et je suis passionné de mode et de blogging, voilà. »*

#### **2. Thème introductif :**

*Nous allons entrer dans le vif du sujet avec quelques questions relatives à votre blog :*

***Premièrement, pouvez-vous m'expliquer quand et pourquoi vous avez créé un ou plusieurs blogs ?***

« J'ai créé mon blog en début d'année. Je voulais partager ma passion pour la mode, mais aussi pouvoir rencontrer des personnes qui ont la même passion que moi afin de pouvoir échanger avec elles. Je suis récente dans le monde du blogging cela fais 4 mois et j'ai pu déjà réaliser toutes les difficultés que ça implique d'avoir un blog. »

➤ *Combien de blogs possédez-vous ?*

« J'ai qu'un seul et unique blog et c'est déjà bien assez de travail. »

➤ *Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur votre blog ?*

« J'utilise un pseudo je trouve cela plus original comme je le disais tout à l'heure. Ce n'est pas parce que je ne veux pas donner mon identité, mais simplement pour exprimer ma créativité. »

➤ *De quoi parlez-vous sur votre blog ? Avez-vous un thème prédéfini ? Tel que la mode, la photographie ?*

« Mon blog parle principalement de mode, j'adore vraiment ce monde au-delà des paillettes, c'est le côté créatif qui me plaît. Assembler des tenus, et tout ça. Ça demande beaucoup de créativité, mais aussi du temps. Pour vraiment trouver des tenues sympas. »

➤ *Sur quel site votre blog est-il hébergé ?*

« J'ai un hébergeur indépendant. »

➤ *Avez-vous créé ou bien sélectionné un Template tout fait pour votre mise en page ?*

« Étant novice lorsque j'ai créé mon blog je n'avais pas toutes les cartes en main pour le créer de 0, alors j'ai choisi un thème que j'ai pu retravailler par la suite. »

***Quels adjectifs/mots associez-vous à votre blog ? « Pour vous, avoir un blog c'est .... »***

« La liberté ! C'est réellement le mot d'ordre, car je suis libre de dire et faire tout ce qu'il me passe par la tête en termes de créativité. »

### **3. Centrage du sujet :**

*Nous allons si vous le voulez bien parler maintenant des aspects plus techniques et des résultats concernant le blog.*

***Pouvez-vous me parler de votre activité sur le blog ?***

« Oui, il est important d'être actif sur le blog et de gérer et créer des articles pertinents en lien avec les tendances actuelles tout en donnant son point de vue où sa vision, d'après moi. »

➤ *Combien d'articles publiez-vous par semaine/ par mois ?*

« Il est souhaitable de publier au moins 2 fois par semaine, mais cela dépend des semaines cela m'arrive de publier une fois ou deux fois ou pas du tout. Je ne suis pas pour publier un article juste parce qu'il le faut. Le contenu est bien plus important que de publier à tout prix. »

➤ *Combien de temps vous prend l'écriture d'un article ?*

« Cela varie de l'article, du sujet. Parce qu'il y a tout ce qui est préparation, les photos et tout et tout. Puis écrire l'article et relire l'orthographe ça me prend, je sais pas, entre 30 min et 2 heures, environ. Je ne sais pas trop dire. »

➤ *Combien de temps consacrez-vous par semaine/ jour ou mois à votre blog ?*

« Cela varie parfois 2h par jour. Parfois plus lorsqu'on est novice ce qui prend le plus de temps est la promotion sur les réseaux sociaux. »

➤ *D'après vous pourquoi les gens lisent vos articles ?*

« Je dirais qu'ils les lisent pour le contenu et les bons plans, mais ils restent surtout pour la personnalité qui transparaît. C'est surtout à cela que les gens s'attachent d'après moi. »

➤ *Lisez-vous des articles d'autres blogs ?*

« Oui, je lis le plus souvent des articles de mode et de blogging sur les autres blogs. J'aime bien regarder ce que les autres font ou disent. Ça me donne parfois des idées. »

***La moyenne des visiteurs d'un blog par jour est de 100 personnes, pensez-vous être au-dessus, en dessous ou dans la moyenne ?***

« Je suis dans la moyenne pour le moment. »

➤ *Pouvez-vous estimer le nombre de personnes qui ont lu votre article ?*

« Oui. »

➤ *D'après vous comment générer du trafic sur un blog ?*

« Ce qui permet de générer le plus de trafic ce sont les réseaux sociaux et les blogs des partages de grands magazines féminins qui mettent en avant les blogueuses. »

- Vous avez déjà eu des partenariats avec des magazines ou des entreprises pour mettre en avant leurs produits ?

« Non, je n'ai jamais fait ça. »

***Que pensez-vous de cette image ? Veuillez détailler. Image 1***

« Il y a un grand effet de masse qui crée des blogs pour l'argent faciles, mais il n'y a pas de réel contenu ni même beaucoup de recherche ou d'investissement. L'appât du gain pour ne pas avoir à aller travailler. Voilà ce que je pense. C'est l'envie de faire facilement de l'argent. »

- Votre blog vous coûte-t-il de l'argent ? Où gagnez-vous de l'argent avec ?

Il me coûte de l'argent, oui, que ce soit pour l'hébergeur, mais aussi tout ce que j'achète pour faire les photos. Parfois je vois un chouette pull et je me dis « ah il pourrait bien donner en photo alors je l'achète. Bon après je sais que je le prends pas seulement pour faire une photo, mais voilà. Mon budget shopping explose parfois. »

« Non je ne gagne pas d'argent avec le blog. »

**4. Centrage sur les motivations personnelles :**

*Passons à vos motivations personnelles.*

***Parmi ces mots lesquels décrivent le mieux vos sentiments vis-à-vis de votre blog? » : et pourquoi ?(Image 2)***

« Libre ! C'est ce que je disais précédemment je ne me mets pas de pression. Je suis libre de parler et de faire ce qui me plaît sur le blog. Cela permet également de m'assumer et de transformer mes complexes en force cela me libère du regard des autres. »

- *Imaginez que vous venez d'écrire un nouvel article, quel sentiment correspond le mieux à ce que vous pourriez ressentir ? Pourquoi ?*

« C'est un sentiment de satisfaction immense. On se sent vider, mais tellement fier de moi et de ce que je suis capable d'accomplir »

- *Pourquoi bloguez-vous?*

« Je blogue pour le plaisir de rencontrer des personnes qui ne sont pas dans ma zone de confort ou dans ma zone géographique. Pouvoir s'ouvrir et partager avec plus de personnes. Également, rencontrez des filles avec la même passion que moi, notamment. »

➤ *Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle ?*

« Oui c'est sur. Cela a modifié mes habitudes et l'organisation de mon quotidien. Il faut savoir débloquer du temps et être prêt à y consacrer du temps et de l'investissement. »

***Voici 3 balances : comment évalueriez-vous les avantages et inconvénients d'être un blogueur ? Pourquoi ? (image 3)***

« Je choisis la 3<sup>e</sup> balance. Les avantages sont bien plus grands que les inconvénients. Comme je le disais, la satisfaction d'accomplir ce qui nous rend heureux au quotidien nous donne un objectif et nous permet réellement d'avancer.

➤ *Vous parliez de difficultés au début de l'entretien, de quoi s'agissait-il ?*

« Oui, je pensais à ça parce que c'est beaucoup de travail. Le choix des tenues, mais aussi écrire les articles et s'occuper du blog. Ça demande beaucoup de temps. C'est pour ça que je parlais des difficultés. Parfois, je n'ai pas le temps de m'en occuper et c'est dur de trouver ce temps précieux. »

##### **5. Centrage sur la promotion :**

*Si vous le voulez bien j'aimerais maintenant que l'on se concentre sur la promotion de votre blog.*

***Faites-vous la promotion de votre blog ? Pouvez-vous me décrire ce que vous faites pour promouvoir votre blog ?***

« Oui. Pour promouvoir mon blog, je suis très active sur les réseaux sociaux et les groupes de partages. Il est important d'être visible et de partager avec les autres. »

➤ *Vous utilisez donc les réseaux sociaux ?*

« Oui , Instagram, Facebook, Snapchat et hellocoton. »

➤ *Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur les blogs en général ?*

« Bien sûr, ils ont un impact direct sur les blogs, car cela permet d'améliorer la visibilité et la promotion. Le monde a évolué avec les réseaux sociaux tout passe par là de nos jours. »

- *Quels réseaux sociaux sont les plus adaptés selon vous pour parler de son blog, de ses articles ? Et pourquoi ?*

« Je dirais que les réseaux les plus adaptés sont Instagram, Facebook et hellocoton, car ce sont les plus populaires et on peut décrire vraiment avec des visuelles et textes ce dont on veut parler. »

#### ***Que répondriez-vous ? (Image 4)***

« Nous sommes dépassés par les réseaux sociaux. C'est vrai, mais le blog permet de s'exprimer beaucoup plus et d'approfondir notre opinion. On est beaucoup plus libre que sur les réseaux sociaux où tout ça trop vite ! »

- *Pensez-vous avoir déjà influencé l'un de vos lecteurs à un comportement ?*

« Je ne suis pas assez connu pour le moment par avoir un tel impact. »

- *Avez-vous déjà fait quelque chose après avoir vu un post ?*

« Ça m'arrive. Même souvent. »

- *Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté ?*

« Oui malgré les idées reçues les autres blogueuses sont bienveillantes. Il y a certes un esprit de compétition, mais l'entraide est bien plus grande. L'accueil est chaleureux, on a des sorties goûter ou repas qui sont organisées entre les blogueuses que l'on soit connu ou non, que l'on ait deux abonnés ou 10 000 . »

- *Enfin, conseillerez-vous de faire un blog à d'autres personnes ?*

« Je l'ai déjà conseillé à ma belle-sœur qui s'est lancée et ne regrette pas du tout. Elle s'éclate et elle me remercie à chaque fois, car c'est moi lui est fait de A à Z .

#### **6. Plus ?**

***Avez-vous quelque chose à ajouter ?***

« Merci pour ton intérêt envers moi. »

#### **7. Remerciements**

*Je vous remercie grandement d'avoir consacré du temps pour répondre à cet entretien.*



#### Entretien 4 : Le blog de Patricia

Bonjour,

*Je m'appelle Amandine Sizaire, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études sur l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*Je vous remercie vivement de me consacrer un peu de votre temps. En quelques mots, l'entretien a pour but de comprendre les motivations des blogueurs à partager leurs avis sur internet.*

*Les réponses à ce questionnaire resteront confidentielles et feront uniquement l'objet d'un traitement global.*

*La durée de l'entretien est estimée à 30 minutes. Je tiens à préciser qu'il n'existe pas de bonne ou de mauvaise réponse, ce que je souhaite comprendre c'est le pourquoi et le comment vous utilisez un blog. Si certaines questions vous gênent, vous n'avez aucune obligation d'y répondre.*

##### **1. Questions personnelles :**

*Je vais commencer par me présenter et puis ce sera votre tour. Je m'appelle Amandine Sizaire, J'ai 24 ans, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études concernant l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*J'ai créé un blog il y a deux ans parlant de mes lectures, car j'avais l'envie de partager sur les livres qui passaient entre mes mains.*

***À vous, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?***

« Bonjour, je m'appelle Patricia, j'ai 30 ans et je suis une passionnée de littérature. J'aime parler de ma passion et la partager avec les autres et j'ai créé mon blog dans ce but. »

##### **2. Thème introductif :**

*Nous allons entrer dans le vif du sujet avec quelques questions relatives à votre blog :*

***Premièrement, pouvez-vous m'expliquer quand et pourquoi vous avez créé un ou plusieurs blogs ?***

« Oui, j'ai créé mon blog en décembre 2017, ça fait 7 mois. Donc dans le but de partager ma passion et d'échanger autour de mes lectures avec d'autres personnes. »

➤ *Combien de blogs possédez-vous ?*

« Je ne possède qu'un blog. »

➤ *Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur votre blog ?*

« J'utilise mon vrai prénom sur mon blog, je n'avais pas envie d'utiliser un pseudo, je voulais que mon blog me ressemble et qu'il porte mon prénom. »

➤ *De quoi parlez-vous sur votre blog ? Avez-vous un thème prédéfini ? Tel que la mode, la photographie ?*

« Sur mon blog, je parle pour l'instant essentiellement de littérature, mais à l'avenir cela peut être amené à évoluer, car je ne m'intéresse pas qu'à cela, j'aime aussi la mode, le maquillage. C'est également pour cela que j'ai appelé mon blog: le blog de Patricia et non les lectures de Patricia par exemple, ainsi je ne suis pas réduite à un seul thème sur mon blog et si je veux en ajouter d'autres à l'avenir ça n'aura rien de surprenant. »

➤ *Sur quel site votre blog est-il hébergé ?*

« Mon blog est hébergé sur WordPress. »

➤ *Avez-vous créé ou bien sélectionné un Template tout fait pour votre mise en page ?*

« J'ai sélectionné un template déjà prêt que j'ai modifié pour qu'il convienne à mes besoins et à mes envies dans la couleur, la bannière aussi, le menu. »

***Quels adjectifs/mots associez-vous à votre blog ? « Pour vous, avoir un blog c'est .... »***

« Pour moi, avoir un blog, c'est un peu comme une seconde maison, on le crée, on lui donne vie et on y parle de nos passions. Notre blog est une partie de nous que l'on partage avec le reste du monde. Si je devais associer des mots à mon blog, je dirais partage, découverte et bonne-humeur. »

### **3. Centrage du sujet :**

*Nous allons si vous le voulez bien parler maintenant des aspects plus techniques et des résultats concernant le blog.*

***Pouvez-vous me parler de votre activité sur le blog ?***

« Mon activité sur mon blog consiste à publier des chroniques pour donner mon avis sur mes différentes lectures. Mettre à jour ma pile à lire ou ma whistlist de lecture. Répondre aux commentaires et gérer la boîte mail du blog. »

➤ *Combien d'articles publiez-vous (plus ou moins) par semaine ? Ou par mois ?*

« En général, je publie deux à trois articles par semaine sauf quand j'ai des pannes de lectures ou des pannes d'inspirations dans ces cas-là je ne peux pas publier. »

➤ *Et combien de temps vous prend l'écriture d'un nouvel article ?*

« Pour écrire une chronique je dirai que cela dépend du livre je peux mettre parfois plusieurs heures à écrire une chronique. »

➤ *Combien de temps consacrez-vous par semaine/ jour ou mois à votre blog ?*

« Je ne sais pas dire. Tous les jours je vais jeter un œil sur tout ce qui concerne mon blog, même quand je ne publie pas de chroniques sur celui-ci j'alimente les réseaux sociaux qui lui sont reliés. »

➤ *D'après vous pourquoi les gens lisent vos articles ?*

« Je pense que les gens lisent mes articles parce que les livres que je chronique les intéressent, peut-être qu'ils sont simplement là par curiosité. C'est difficile de savoir exactement pourquoi les gens nous lisent, mais je suis fière qu'ils le fassent ça prouve que ce que je produis n'est pas dénuée d'intérêt. »

➤ *Lisez-vous des articles d'autres blogs ?*

« Je lis des articles sur d'autres blogs principalement des blogs littéraires, mais ça peut être aussi des blogs de mode ou de maquillage. »

***La moyenne des visiteurs d'un blog par jour est de 100 personnes, pensez-vous être au-dessus, en dessous ou dans la moyenne ?***

« Je pense être en dessous, mon blog est jeune et il faut du temps pour que les gens s'y intéressent et que le nombre de visiteurs augmente, je ne suis pas déçue par cela, au contraire ça me donne encore plus la motivation pour développer mon contenu est attirer à l'avenir plus de visiteurs. »

➤ *Pouvez-vous estimer le nombre de personnes qui ont lu votre article ?*

« Oui. »

➤ *D'après vous comment générer du trafic sur un blog ?*

« Il faut partager un maximum ce que l'on fait sur les réseaux sociaux pour se faire connaître et donner envie aux personnes d'aller faire un tour sur votre blog. »

***Que pensez-vous de cette image ? Veuillez détailler. Image 1***

« Certains blogueurs ou blogueuses peuvent générer de l'argent grâce à leurs blogs, ce n'est pas quelque chose qui me choque, certains youtubeurs ou youtubeuses sont bien rémunérés pour leur partenariat pour lequel un blogueur ne pourrait pas faire d'articles où il est rémunéré pour cela, par contre cela doit être fait dans le respect de ses abonnés et de ses lecteurs et en toutes transparences. Si l'article pour lequel il est rémunéré rentre dans sa ligne éditoriale, je n'ai rien contre. Surtout qu'en tant que blogueur nous sommes aussi créateurs de contenu et si une marque nous contacte pour nous rémunérer pour un article c'est qu'elle aime notre travail. C'est une fierté. »

➤ *Votre blog vous coûte-t-il de l'argent ?*

« Non, il ne me coûte pas vraiment de l'argent. »

➤ *Gagnez-vous de l'argent avec ?*

« Non je ne gagne pas d'argent, mais par contre je reçois parfois des livres et des goodies de la part de maisons d'édition gratuitement. »

#### **4. Centrage sur les motivations personnelles :**

*Passons à vos motivations personnelles.*

***Parmi ces mots lesquels décrivent le mieux vos sentiments vis-à-vis de votre blog? » : et pourquoi ?(Image 2)***

«À l'aise, car mon blog est un peu comme ma deuxième maison, inspirée, car mon blog est une source d'inspiration pour moi, épanoui aussi, car mon blog m'a aidé à être davantage épanoui dans ma vie, libre, car je suis mon propre « patron » sur mon blog et je n'ai aucune contrainte quant à ce que je veux publier ou non. Voilà.

➤ *Imaginez que vous venez d'écrire un nouvel article, quel sentiment correspond le mieux à ce que vous pourriez ressentir ? Pourquoi ?*

« Je suis assez anxieuse de savoir ce que vont penser les autres de mon article, s'il va plaire, si ce que je dis tient la route et est compréhensible de tous. »

➤ *Pourquoi bloguez-vous?*

« Je blog pour le plaisir parce que j'aime ça et j'aime créer quelque chose qui me correspond et si les gens apprécient c'est encore mieux. »

➤ *Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle ?*

« Mon blog n'a pas d'impact sur ma vie personnelle, je fais tout pour qu'il n'en ait pas. Mon blog est un plaisir, une passion et non une contrainte. Je m'organise pour le faire vivre parce que ça me plaît. Aujourd'hui il fait partie intégrante de ma vie de tous les jours. »

***Voici 3 balances : comment évalueriez-vous les avantages et inconvénients d'être un blogueur ? Pourquoi ? (image 3)***

« Je dirais qu'avoir un blog a pour moi plus d'avantages que d'inconvénients. On n'ouvre pas un blog par contrainte, on ouvre un blog par envie, pour partager une ou plusieurs passions, pour parler de ce que l'on aime ou pas. Pour échanger et aussi découvrir de nouvelles choses. Bien sûr il peut y avoir des mauvais commentaires ou de mauvaises critiques, mais il ne faut pas laisser cela nous atteindre et continuer sur notre lancée. »

##### **5. Centrage sur la promotion :**

*Si vous le voulez bien j'aimerais maintenant que l'on se concentre sur la promotion de votre blog.*

***Faites-vous la promotion de votre blog ? Pouvez-vous me décrire ce que vous faites pour promouvoir votre blog ?***

« Pour promouvoir mon blog, je le partage sur Instagram, Twitter et Facebook où il a sa propre page. J'en parle autour de moi aussi et puis je vais aussi me présenter aux maisons d'édition par mail pour me faire connaître. »

➤ *Vous utilisez donc les réseaux sociaux ?*

« oui, oui Instagram, Twitter et Facebook. »

➤ *Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur les blogs en général ?*

« Bien sûr ! Les réseaux sociaux ont énormément d'impact sur les blogs sans eux il serait plus difficile de faire connaître notre blog. »

- *Quels réseaux sociaux sont les plus adaptés selon vous pour parler de son blog, de ses articles ? Et pourquoi ?*

« Je dirais qu'ils le sont tous à leurs manières. Certaines personnes n'ont pas tous les réseaux sociaux et si on veut pouvoir avoir la chance de toucher un maximum de personnes, il faut le partager sur le maximum de plateforme. »

#### ***Que répondriez-vous ? (Image 4)***

« Les blogs ne sont pas du passé, ils sont l'avenir, ils se renouvellent et on en a encore de belles années devant eux. »

- *Pensez-vous avoir déjà influencé l'un de vos lecteurs à un comportement ?*

« J'ai déjà influencé des lecteurs à acheter des livres que je présentais, certains sont venus me le dire et cela m'arrive souvent d'acheter quelque chose après avoir vu un post. Je crois que c'est cela qu'on appelle être « influenceur ». Malgré nous on va susciter l'envie chez le lecteur, voir même parfois le besoin et je pense que cela dépend de la manière dont on présente l'objet en question.

- *Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté ?*

« Oui j'ai l'impression de faire partie de la communauté des blogs littéraires ou des bookstagrammeurs. À force de partager des articles, de commenter, d'échanger, on fini par se lier à ce qui partage la même passion que nous et je trouve ça génial. »

- *Enfin, conseillerez-vous de faire un blog à d'autres personnes ?*

« Je conseillerai à n'importe qui ayant envie de parler de sa passion et qu'il soit à l'aise avec l'écrit de faire un blog. C'est une fierté de pouvoir créer quelque chose de ses propres mains et quand on a de la reconnaissance pour ce que l'on fait c'est encore plus gratifiant et ça nous encourage à continuer. »

#### **6. Plus ?**

##### ***Avez-vous quelque chose à ajouter ?***

« Les blogs ont encore plein de beaux jours devant eux. »

## 7. **Remerciements**

*Je vous remercie grandement d'avoir consacré du temps pour répondre à cet entretien.*

## Entretien 5 : Blog enviedelire

Bonjour,

*Je m'appelle Amandine Sizaire, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études sur l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*Je vous remercie vivement de me consacrer un peu de votre temps. En quelques mots, l'entretien a pour but de comprendre les motivations des blogueurs à partager leurs avis sur internet.*

*Les réponses à ce questionnaire resteront confidentielles et feront uniquement l'objet d'un traitement global.*

*La durée de l'entretien est estimée à 30 minutes. Je tiens à préciser qu'il n'existe pas de bonne ou de mauvaise réponse, ce que je souhaite comprendre c'est le pourquoi et le comment vous utilisez un blog. Si certaines questions vous gênent, vous n'avez aucune obligation d'y répondre.*

### **1. Questions personnelles :**

*Je vais commencer par me présenter et puis ce sera votre tour. Je m'appelle Amandine Sizaire, J'ai 24 ans, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études concernant l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*J'ai créé un blog il y a deux ans parlant de mes lectures, car j'avais l'envie de partager sur les livres qui passaient entre mes mains.*

***À vous, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?***

« Je m'appelle Marie-Camille Devoigt. Je vais sur mes 22 ans d'ici 19 jours. J'ai créé un blog, il y a environ 2 ans où je parlais de mes lectures. Je postais assez régulièrement, deux fois par semaine. Suite à ça, j'ai gardé mon blog un peu près un an et demi, je dirais. Ensuite, j'ai arrêté mon blog pour le supprimer parce que j'ai eu des problèmes de santé. Je ne pensais plus jamais bloguer, mais maintenant ça va mieux, alors j'en ai recréé un nouveau. Je repars sur de bonnes bases. »

### **2. Thème introductif :**

*Nous allons entrer dans le vif du sujet avec quelques questions relatives à votre blog :*

***Premièrement, pouvez-vous m'expliquer quand et pourquoi vous avez créé un ou plusieurs blogs ?***

« Oui, j'ai créé mon blog en décembre 2017, ça fait 7 mois. Donc dans le but de partager ma passion et d'échanger autour de mes lectures avec d'autres personnes. »

➤ *Combien de blogs possédez-vous ?*

« Un. Le premier, je l'ai vraiment supprimé. »

➤ *Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur votre blog ?*

« Tu veux mon nom de blog ? C'est enviedelire. C'est ce que j'ai trouvé, je n'ai pas cherché loin. Je crois que je mets quand même mon vrai nom dans la documentation, mais je ne sais même plus. Pourquoi, j'ai choisi un pseudo plutôt que mon nom. Je ne sais même plus si j'ai fait une présentation, mais c'est vrai je préfère un pseudo parce que c'est un peu moins personnel. La du coup dans ma présentation, j'ai mis que je m'appelais Marie-Camille, mais je n'ai pas dit que je m'appelais Marie-Camille Devoigt. »

➤ *De quoi parlez-vous sur votre blog ? Avez-vous un thème prédéfini ? Tel que la mode, la photographie ?*

« Ça parle uniquement de livres. Pour le moment, j'ai trois ou quatre posts parce que je commence seulement et je ne suis pas vraiment régulière, mais je pense reprendre à partir de septembre. L'ancien était aussi uniquement sur mes lectures. »

➤ *Sur quel site votre blog est-il hébergé ?*

« Il est sur Wordpress. J'avais essayé sur blogger, mais je n'y comprenais pas grand-chose. Donc, j'ai recommencé sur Wordpress et celui-là je comprenais bien du coup, je me suis dit, je reste la dessus. »

➤ *Avez-vous créé ou bien sélectionné un Template tout fait pour votre mise en page ?*

« Je ne me rappelle même plus. Les boutons accueils, chroniques, etc., c'est moi qui ai fait, sinon le thème, j'ai juste changé les couleurs et j'ai mis un petit logo. »

***Quels adjectifs/mots associez-vous à votre blog ? « Pour vous, avoir un blog c'est .... »***

« C'est avant tout de la passion. Il y a des gens qui sont payés, qui en font leur métier, mais moi ce n'est pas mon cas, c'est avant tout une passion. Même si pour le moment je n'ai pas beaucoup d'articles. Franchement, le but est de partager, de faire découvrir des livres. Voilà, c'est avant tout une passion.

### **3. Centrage du sujet :**

*Nous allons si vous le voulez bien parler maintenant des aspects plus techniques et des résultats concernant le blog.*

#### ***Pouvez-vous me parler de votre activité sur le blog ?***

« Oui, je crois que je suis actuellement à mon 4e article. J'ai fait : on efface tout et on recommence. Les articles que j'ai faits, j'ai décidé de me mettre à la romance, j'ai fait un manga et mon quatrième, je présente les livres que je vais présenter normalement cet été. Donc, ça fait 4 articles. Mon premier article date du 22 mars et on est en juin. Donc, ça fait un article par mois en gros, ou deux articles par mois plutôt en moyenne. Là je reprends seulement. Parce que comme je te l'ai dit l'année dernière j'étais à deux articles par semaine. Là, c'est beaucoup moins.

À partir de septembre, vu que je serais plus souvent sur l'ordi, j'écrirais plus. Parce que pour l'instant, j'y suis pas beaucoup. Mais à partir de septembre, vu que je reprends les cours, j'aurais plus de temps où je serais sur l'ordi, donc plus de motivation. Parce que pour le moment, ce n'est qu'un problème de motivation. Ne serait-ce que d'allumer l'ordi. »

#### ***➤ Combien d'articles publiez-vous par semaine/ ou par mois ?***

Avant, un peu près deux articles par semaine. Voir deux et demi, parfois j'en faisais trois.

#### ***➤ Et combien de temps vous prend l'écriture d'un nouvel article ?***

« Je dirais en comptant tout ce qui est mise en page, un peu prêt une heure, une heure vingt. »

#### ***➤ Combien de temps consacrez-vous par semaine/ jour ou mois à votre blog ?***

« Combien de temps j'y passais, on va dire vu qu'un article me prenait une heure vingt, on va dire deux heures quarante par semaine. Deux, trois heures. Mais je passais plus de temps à lire les chroniques des autres que de passer du temps sur les miennes. Vu que le blog, c'est avant tout pour moi, le partage, c'est important d'aller lire ce que font les autres. Là pour le

moment, je ne prends même pas le temps d'aller lire celui des autres. Donc, j'ai hâte d'être en septembre et de pouvoir reprendre tout ça, comme je le faisais avant. »

➤ *Lisez-vous des articles d'autres blogs ?*

« Oui, je lis uniquement des articles de livres, car c'est ce qui m'intéresse le plus. C'est vraiment très très rare que je lise sur d'autres sujets. Quand ça arrive, c'est souvent des films ou des séries. Je ne regarde pas des trucs de mode, je ne regarde pas des trucs de lifestyle. C'est vraiment, série, film ou livre. »

➤ *Faites-vous des recherches avant d'écrire un article ?*

« Disons, je vais dire oui, mais longtemps avant parce que pour acheter un livre souvent je regarde les chroniques des gens, donc, je vois ce qu'ils en pensent. Si c'est bien ou pas. Et après une fois que j'ai acheté le livre, que je le lis, parce que des fois ça reste très longtemps dans ma pile à lire. Mais juste avant d'écrire ma chronique, non je ne regarde pas de chronique. J'ai mon propre avis et autant qu'il reste le plus objectif possible. Sinon ça ne servirait à rien. »

***La moyenne des visiteurs d'un blog par jour est de 100 personnes, pensez-vous être au-dessus, en dessous ou dans la moyenne ?***

« Non, clairement. Même avant quand je publiais deux articles par semaine. J'étais en dessous. Le plus que j'avais fait c'était 200 personnes en un mois. »

➤ *Pouvez-vous estimer le nombre de personnes qui ont lu votre article ?*

« Je sais qu'il y a des statistiques pour voir le nombre de vu. Mais pour l'instant, vu que je n'ai que 4 articles, je sais que je ne suis pas suivi énormément. Je crois que j'ai trois abonnés. »

➤ *D'après vous comment générer du trafic sur un blog ?*

« Je ne sais pas du tout. Je n'y connais pas grand-chose dans ce qui est trafic et flux. Dès que je lisais un article, il y avait quelque chose qui m'intéressait, je mettais un commentaire, mais ce n'était pas pour faire du trafic, c'est parce que j'en avais envie et pour échanger parce que c'est le but d'un blog. Mais je n'ai pas du tout de technique de trafic. »

***Que pensez-vous de cette image ? Veuillez détailler. Image 1***

« On voit beaucoup de billets et le mot blog dessus. Ce serait les gens qui gagnent leur vie avec leur blog ? Ça me fait penser à la monétisation, aux personnes qui arrivent à faire de l'argent avec leur blog.

➤ *Pensez-vous que beaucoup de gens gagnent de l'argent avec leur blog ?*

« Je pense que c'est une minorité de personnes. Quand on voit le nombre de blogs qui existent, je pense qu'uniquement une minorité de personnes gagne de l'argent avec. »

➤ *Le blog vous coûte-t-il de l'argent ?*

« Non. Je sais qu'il y a des offres payantes, mais je ne sais pas à quoi elles servent. »

➤ *Avez-vous déjà reçu une offre d'une entreprise pour mettre en avant l'un de leurs produits sur votre blog ?*

« Non. L'année dernière, un auteur m'a contacté, mais je pense qu'il n'avait pas pris le temps de lire mon blog et c'était un style que je ne lisais pas. Je lui ai dit désolée, mais non, parce que je sais que je n'aurais pas de moyen de comparaison pour juger. C'était un essai documentaire sur quelque chose. Je ne lis vraiment que des romans, du fantastique. »

#### 4. **Centrage sur les motivations personnelles :**

*Passons à vos motivations personnelles.*

***Parmi ces mots lesquels décrivent le mieux vos sentiments vis-à-vis de votre blog? » : et pourquoi ?(Image 2)***

« À l'aise, décontracté. On n'est pas là pour se prendre la tête. Calme, car quand je rédige un article, je suis dans un état d'esprit assez serein. Confiante, car en général, les gens qui regardent ton article, ils aiment les livres, sinon ils ne seraient pas là. Intéressé, car c'est un sujet qui m'intéresse, sinon je ne parlerais pas de ça. Épanouis, ça va avec le fait que c'est un sujet qui m'intéresse. On va s'arrêter là.

➤ *Imaginez que vous venez d'écrire un nouvel article, quel sentiment correspond le mieux à ce que vous pourriez ressentir ? Pourquoi ?*

« Je suis contente d'avoir réussi à mettre des mots sur ma lecture. Parce que plu j'y pense plus je regrette d'avoir effacé mon ancien blog, car j'ai perdu beaucoup de chroniques. Et j'aime bien parfois relire mes chroniques. Ne serait-ce que les tomes d'avant, parce que je me rappelle « ah oui il y avait ça que j'avais bien aimé. Et ça que j'avais moins aimé » quand

j'écris un article, je suis dans un état d'esprit dans lequel je sais que mon écrit va rester, voilà pourquoi, je suis dégoutée d'avoir effacer mon ancien blog. Donc, je suis contente, car j'ai réussi à mettre des mots sur ce que tu venais de lire et c'est pas toujours évident. »

➤ *Pourquoi bloguez-vous?*

« Je blogue pour le plaisir. Je parle des livres que j'ai aimés et aussi des livres que je n'ai pas aimés. Parce que j'ai déjà entendu des blogueurs dire qu'ils ne parlent que des livres qu'ils ont aimés. Je leur dis que c'est dommage, parce que même un livre qu'on n'a pas aimé, autant expliqué pourquoi. En plus, je pars du principe qu'il y a toujours quelque chose de positif, si ça a été publié, il y a forcément quelque chose de bon. »

➤ *Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle ?*

« Non, pas du tout. »

***Voici 3 balances : comment évalueriez-vous les avantages et inconvénients d'être un blogueur ? Pourquoi ? (image 3)***

« Je dirais qu'il a des inconvénients et des avantages, mais je vois plus d'avantages que d'inconvénients. Bien que je pense qu'il y ait plus de désavantages sur YouTube que sur les blogs. Parce que dans les commentaires, parfois des personnes peuvent être rageuses et laisser un commentaire pas très sympathique et toi tu te dis « mais, j'ai rien fait ». Voilà un inconvénient. Les avantages, il y a le partage, la découverte des chroniques. Le fait de pouvoir garder une trace de la lecture, trouver d'autre lecture. »

##### **5. Centrage sur la promotion :**

*Si vous le voulez bien j'aimerais maintenant que l'on se concentre sur la promotion de votre blog.*

***La promotion de votre blog ? Pouvez-vous me décrire ce que vous faites pour promouvoir votre blog ?***

« Non. Déjà je n'ai pas de page Facebook. J'ai juste mis mon lien sur Instagram. C'est le seul réseau social en dehors de mon blog que j'utilise. J'utilise aussi Booknode. Je mets une partie de ma chronique dessus et puis le lien de mon blog. Ça peut rentrer dans le trafic, communication, mais je ne fais que ça.

➤ *Vous utilisez donc les réseaux sociaux et des applications?*

« Oui, Booknode c'est quelque que j'aime bien. C'est quelque chose de très visuel, la bibliothèque est très visuelle, j'aime bien. Je m'étais mise sur babelio et livreaddict, mais je n'y comprenais pas grand-chose. Je préfère booknode.

➤ *Avez-vous déjà mis des avis sur des sites de ventes comme Fnac ou Amazon ?*

« Non, je n'y pense jamais. Pourtant j'achète des livres sur Amazon, mais quand j'ai fini le livre, je ne pense pas à mettre des avis dessus. »

➤ *Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur votre blog ?*

« Oui, clairement parce qu'avant de les voir sur les RS, je ne pensais pas spécialement acheter certains livres et puis ils se retrouvent dans ta PAL. Personnellement dans ma bibliothèque, il y a plus de livres que je n'ai pas lus que j'ai lu. Par contre, le côté, je vois toujours les mêmes livres sur les RS, ça a parfois tendance à m'enclencher une alerte dans ma tête, c'est peut-être un service presse. Je n'ai jamais reçu de demande de service presse. Mais à force de voir partout un livre parfois ça te donne envie et d'autres fois ça peut te dégouter. Il faut parfois prendre les avis avec des pincettes.

J'aurais du mal personnellement à accepter des services presse parce que je ne suis pas sûre que j'aurais un avis objectif sur le sujet, parce que tu as reçu le livre gratuitement, tu as envie de le mettre en valeur. À mon avis, je n'aurais pas le même avis que si je l'avais acheté.

➤ *Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur les blogs en général ?*

« Clairement. Même du côté des BookTuber. »

➤ *Quels réseaux sociaux sont les plus adaptés selon vous pour parler de son blog, de ses articles ? Et pourquoi ?*

« Instagram. Ne serait-ce qu'avec la store. Ils peuvent mettre « nouvel article sur le blog », « lien en bio ». Une page Facebook, je pense qu'il faut déjà suivre le blog de quelqu'un, je pense, pour trouver la page Facebook. »

***Que répondriez-vous ? (Image 4)***

« Autant dire que ce n'est plus d'actualité ? Je dirais que c'est débile quand on voit le nombre de blogs aujourd'hui, ça ne fait qu'augmenter. Tout le monde à sa place sur le blogging, les

jeunes et les moins jeunes. Ce n'est pas du passé le blogging, ça ne fera qu'augmenter dans le futur, mais peut être que YouTube prendra plus de place dans le futur.

➤ *Pensez-vous avoir déjà influencé l'un de vos lecteurs à un comportement ?*

« Je ne sais pas. Je pense que les services presses ont plus d'influence, vu qu'ils reçoivent le livre en avant-première, ça aide. Moi, vu que j'ai une grosse PAL, c'est des livres qui sont sortis il y a plusieurs années et les gens l'ont vu, vu et revu et mon avis ce n'est pas ça qui va faire la différence. Après, peut-être. »

➤ *Avez-vous déjà acheté ou fait quelque chose après avoir vu un post ?*

« Oui, que ce soit les blogs ou les réseaux sociaux, ils m'influencent vachement. Parfois je regrette le temps où j'allais simplement au feeling en librairie, ou je ne lisais pas d'articles. Et je remarque qu'avant j'étais moins déçue. Parce que des fois, à force d'avoir vu le livre partout, je m'attendais à mieux, alors que j'aurais eu zéro avis, j'aurais peut-être pensé c'est de la bombe.

➤ *Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté ?*

« Oui, pas sur le blog parce qu'il démarre seulement. Mais oui, que ce soit sur les blogs ou Instagram, il y a une bonne ambiance, de l'entraide, un esprit d'équipe. »

➤ *Enfin, conseillerez-vous de faire un blog à d'autres personnes ?*

« Oui. À tout âge, je conseille de créer un blog sur le sujet qu'on veut, que ce soit avant tout une passion, parce que c'est rare de gagner de l'argent avec un blog. Donc tant qu'on a des choses à dire sur le sujet et que ça nous plait, oui je le conseille.

## **6. Plus ?**

*Avez-vous quelque chose à ajouter ?*

« Je suis ravie d'avoir pu t'aider. »

## **7. Remerciements**

*Je vous remercie grandement d'avoir consacré du temps pour répondre à cet entretien.*

## Entretien 6 : Jabberthereader

Bonjour,

*Je m'appelle Amandine Sizaire, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études sur l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*Je vous remercie vivement de me consacrer un peu de votre temps. En quelques mots, l'entretien a pour but de comprendre les motivations des blogueurs à partager leurs avis sur internet.*

*Les réponses à ce questionnaire resteront confidentielles et feront uniquement l'objet d'un traitement global.*

*La durée de l'entretien est estimée à 30 minutes. Je tiens à préciser qu'il n'existe pas de bonne ou de mauvaise réponse, ce que je souhaite comprendre c'est le pourquoi et le comment vous utilisez un blog. Si certaines questions vous gênent, vous n'avez aucune obligation d'y répondre.*

### **1. Questions personnelles :**

*Je vais commencer par me présenter et puis ce sera votre tour. Je m'appelle Amandine Sizaire, J'ai 24 ans, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études concernant l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*J'ai créé un blog il y a deux ans parlant de mes lectures, car j'avais l'envie de partager sur les livres qui passaient entre mes mains.*

***À vous, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?***

« Je m'appelle Anais Bourgault, Je suis française, j'habite à Mayenne, c'est vraiment une toute petite ville dans l'est de la France. J'ai 23 ans. Je suis actuellement étudiante en 2<sup>e</sup> année de langue étrangère appliquée. J'ai créé un blog parce que je voulais partager, un peu comme toi. Je n'avais pas beaucoup de monde avec qui partager mon avis, alors j'ai pensé que j'aurais plus de chance d'être entendu sur internet. »

### **2. Thème introductif :**

*Nous allons entrer dans le vif du sujet avec quelques questions relatives à votre blog :*

***Premièrement, pouvez-vous m'expliquer quand et pourquoi vous avez créé un ou plusieurs blogs ?***

« Alors, mon blog, je l'ai créé il y a 3 ou 4 ans, mais ce n'est pas celui que j'ai en ce moment. Parce que j'en avais créé un premier où j'ai dû mettre une chronique dessus, mais à l'époque, je ne comprenais pas trop le concept de WordPress, je trouvais ça compliqué et ça m'avait vite découragé. Un coup du sort à fait qu'il a été supprimé de WordPress, donc j'en ai recréé un et ça doit faire une bonne année qu'il est créé. Je l'ai créé pour le partage et aussi parce que je trouve qu'on lie de bonnes amitiés grâce à ce genre de blog. J'aime bien autant écrire des chroniques, qu'en lire. Savoir ce que les gens pensent. J'ai voulu créer un blog parce que j'en lisais et parce que je regardais beaucoup de vidéo sur YouTube. Ça m'influence énormément sur mes choix de lecture. »

➤ *Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur votre blog ?*

« J'utilise un pseudo. Ce qui est très paradoxal parce que ça ne me dérange pas pour des mails de signer avec mon prénom. La plupart du temps, j'utilise le nom de mon blog. Même dans les jeux vidéo, j'ai souvent ce pseudo, c'est tellement habituel que je ne pense pas utiliser autre chose. »

➤ *De quoi parlez-vous sur votre blog ? Avez-vous un thème prédéfini ? Tel que la mode, la photographie ?*

« Presque que de lecture. Un peu plus de la fantastique, fantasy, tout ce qui sort de l'imaginaire. De la fiction, un peu de romance. Je ne suis pas très policier ou thriller. Je fais beaucoup de chroniques littéraires. J'aime aussi faire des genres de discussion où je pose une question, j'y réponds selon ce que je pense et je laisse ensuite les autres y répondre aussi. Par exemple, j'ai fait : pourquoi je lis ?

C'est très basé sur les livres. C'est rarement sur les films. J'aime aussi parler de mes voyages. Et si tout se passe bien, je vais aller en échange Erasmus en septembre en Allemagne et du coup j'aimerais partager le dessus aussi. Des fois aussi des discussions de la vie tout cours. Ce n'est pas seulement centré littéraire.

➤ *Sur quel site votre blog est-il hébergé ?*

« Wordpress. Je ne sais pas si c'était populaire en Belgique, mais il y a une dizaine d'années, il y avait Skyblog et comme toute adolescente, j'avais un skyblog que je n'assumerais pas du tout à ce jour. Du coup, je ne voulais pas retourner sur cette plateforme et avec WordPress, on peut faire plein de choses et presque aussi des choses professionnelles. Et la plupart des blogs que je regardais étaient aussi sur WordPress. Du coup, j'ai pris celui-là. »

➤ *Avez-vous créé ou bien sélectionné un Template tout fait pour votre mise en page ?*

« Au tout début, un tout fait parce que je ne comprenais rien du tout à WordPress et au fur et à mesure même si on choisit un tout fait on peut quand même le mettre un peu à sa sauce, décider de sa charte graphique. J'aimerais bien un jour essayer de créer de A à Z mon blog, mais il faut des connaissances particulières. Mon copain est programmeur, quand il aura le temps, il m'aidera. Il y a beaucoup plus de possibilités avec le code, que de se contenter des touches prédéfinies. »

*Quels adjectifs/mots associez-vous à votre blog ? « Pour vous, avoir un blog c'est .... »*

« C'est du pur bonheur. Parce que je me sens épanoui quand je peux parler des livres que j'ai . Je me sens heureuse, épanouie. Je me sens encouragée aussi par les autres. On ne nous oblige pas à publier, mais on partage. J'adore connaître les avis des gens et j'aime bien aussi tous les petits trucs de mise en page. C'est un peu une petite bulle. »

### **3. Centrage du sujet :**

*Nous allons si vous le voulez bien parler maintenant des aspects plus techniques et des résultats concernant le blog.*

*Pouvez-vous me parler de votre activité sur le blog ?*

« Ça dépend de mon taux de productivité de lecture entre guillemets, à une époque, je me mettais la pression. Je voulais lire 3 livres par semaine, maintenant, je vois plus où ça me mène. Le lundi, j'aime bien faire « c'est lundi, que lisez-vous ? » ça permet de dire ce que je suis en train de lire et aussi de voir ce que les autres lisent. Il y a aussi le top ten Tuesday avec un thème, par exemple des citations qui nous inspirent et on en met dix. J'aimerais bien aussi publier deux chroniques par semaine, après vu que j'avais mes examens, je n'ai pas été très productive. Mais j'aime bien publier 5 choses par semaine. J'aime être sur mon blog.

Il y a une époque c'était presque une obligation parce que quand on voit qu'on a des résultats, des visites, mais là je le fais au moins 5x par semaine parce que j'aime ça. Et que les articles soient extrêmement vus ou pas, ça n'entre pas en ligne de compte.

➤ *Et combien de temps vous prend l'écriture d'un nouvel article ?*

« Pour une chronique quand même une bonne heure, le temps de la mise en page et d'organiser mes idées parce que je ne sais pas d'annotation quand je lis. Du coup, j'ai tendance à être très brouillon et devoir organiser mes idées. Selon les articles entre une demi-heure et une heure.

➤ *Combien de temps consacrez-vous par semaine/ jour ou mois à votre blog ?*

« Plus de temps que je voudrais l'avouer. Je pense une bonne vingtaine d'heures. Que ce soit le temps de répondre à des commentaires, d'écrire mes articles. »

➤ *Faites-vous des recherches avant d'écrire un article ?*

« Oui, ça m'arrive. Parfois vu que j'ai du mal à organiser mes idées, pour les articles de discussion, je regarde ce que les autres gens ont pu mettre et je me dis « ah oui, moi aussi ». Ça me permet de réaliser des choses que je n'avais pas pensées. Ou avec des chroniques compliquées aussi, le fait de lire une chronique pose les idées que nous on a de ce livre là. »

➤ *D'après vous pourquoi les gens lisent vos articles ?*

« Je dirais parce qu'ils aiment la lecture. C'est aussi la réciprocité. On aura plus tendance à lire les articles d'un blog qui lit souvent les nôtres, qui les commente. Parce que je publie, je partage beaucoup sur le forum LivreAddict. Les gens aiment peut être regardé pour voir si je suis la seule à avoir mis une mauvaise note ou une bonne, ça vient peut-être de ce côté-là. »

➤ *Lisez-vous des articles d'autres blogs ?*

« Oui. La plupart du temps, c'est sur les livres. J'aime bien aussi lire des articles sur les salons du livre, les imaginaires notamment. Parfois aussi sur les box. J'aime bien voir pour si un jour j'ai envie. Ça peut m'arriver sur les voyages, mais c'est rare.

***La moyenne des visiteurs d'un blog par jour est de 100 personnes, pensez-vous être au-dessus, en dessous ou dans la moyenne ?***

« Je suis très en dessous. C'est très irrégulier. Il y a des fois je peux faire une quarantaine et le lendemain une dizaine, mais la moyenne, ce n'est pas un truc qui me stress plus que ça.

➤ *Pouvez-vous estimer le nombre de personnes qui ont lu votre article ?*

« Oui. Parce qu'on peut voir grâce à WordPress le trafic. Par exemple, avant-hier j'étais à 36, puis je suis descendu à 9, c'est très variable. Je n'ai pas de constance. »

➤ *D'après vous comment générer du trafic sur un blog ?*

« Je pense que par rapport aux lectures qu'on chronique, on peut générer plus de trafic. Par exemple chroniquer un livre qui vient de sortir par des éditions connues et un titre connu. Ça peut générer plus de trafic. Oui, chroniquer un livre en vogue fait qu'on a plus ou moins de visites. Les discussions marchent pas mal aussi. Les gens aiment bien donner leur avis et lire celui des autres, j'ai l'impression. »

***Que pensez-vous de cette image ? Veuillez détailler. Image 1***

« L'image 1 pour moi, c'est le blogging basé sur l'argent. Ce n'est ni faux ni vrai. Ça dépend des gens et pourquoi la personne va commencer à bloguer. C'est-à-dire, ma petite sœur voulait commencer un blog littéraire pour recevoir des livres gratuitement ou être payée pour les lire. Je l'ai dissuadé, je lui ai dit si tu savais l'argent que je dépense par mois en m'achetant mes livres, je pense que tu vas vite te dire que ce n'est pas le bon filon. J'ai l'impression que c'est plus les blogs beauté, mode, lifestyle qui sont victime du fléau de se faire de l'argent sur le dos des abonnés. On ne peut pas en vouloir aux gens de gagner de l'argent avec leur blog, parce que c'est une passion et c'est génial de gagner de l'argent avec une passion. De plus, quand on regarde le prix que peuvent coûter les livres.

➤ *Gagnez-vous de l'argent avec votre blog ?*

Oui, mon blog ne me rapporte rien du tout. Au début, j'avais quelques partenariats, mais à ce jour c'est terminé.

➤ *Avez-vous déjà reçu une offre d'une entreprise pour mettre en avant l'un de leurs produits sur votre blog ?*

« Oui. Souvent par un contact par email, ou l'on nous propose et on refuse ou accepte. Au début, j'étais assez contente, parce que quand des professionnels nous contacte, c'est gratifiant, mais j'ai vite déchanté parce que ça me met plus de pression de lire un livre qu'on m'a envoyé, que quelque chose que j'ai choisi et payé. Plus de pression au niveau des délais et les maisons d'édition quand elle envoie un livre, elles s'attendent à avoir une bonne critique. Je traite plus avec les autoédités maintenant que les maisons d'édition.

- Pensez-vous que votre avis peut-être influencé lorsque vous recevez des produits ?

« Inconsciemment oui, pour les autoédités, je vais essayer de ne pas blesser la personne, si je n'ai pas aimé. Je trouve ça génial de savoir finir un roman et je vais prendre plus de pincettes pour ne pas blesser la personne. »

#### 4. Centrage sur les motivations personnelles :

*Passons à vos motivations personnelles.*

***Parmi ces mots lesquels décrivent le mieux vos sentiments vis-à-vis de votre blog? » : et pourquoi ?(Image 2)***

« À l'aise. Amusé, parce que parfois quand on relit certaines chroniques, je me trouvais un peu dur ou pas objective. Déterminé, il faut l'être pour faire vivre un blog, il ne faut pas se décourager à la première épreuve. Les blogs littéraires sont plus difficiles à faire connaître que les blogs mode et beauté, parce que la littérature, c'est très ciblé. Un thé détox, c'est plus recherché qu'un livre de Yeonmi Park, une auteure nord-coréenne. Concentré, j'essaie de l'être quand j'écris mes chroniques. Décontracté. En harmonie avec. De l'affection, ce n'est pas un objet tangible, mais j'ai de l'affection pour mon blog, c'est pourquoi j'y passe autant de temps. C'est une partie de moi. Je le trouve beau. Débordé, je l'ai été. Quand je me m'étais la pression quand les maisons d'édition m'ont contacté. Encouragé par mon copain, alors qu'il ne lit pas du tout. Satisfaite, je me sens libre. Il y a plus de positif. Je n'ai jamais été furax ou septique contre mon blog. Il y a des fois, on a un peu la flemme quand un article prend beaucoup de temps à écrire et que ça va être casse bonbon avec la mise en page. »

- *Imaginez que vous venez d'écrire un nouvel article, quel sentiment correspond le mieux à ce que vous pourriez ressentir ? Pourquoi ?*

« Ça dépend du livre que je viens de chroniquer, mais je dirais de la satisfaction que mon avis soit positif ou négatif. J'ai fini un livre, je l'ai chroniqué et posté. »

- *Pourquoi bloguez-vous?*

« Au début, c'était le partage parce que quand tu viens de lire un livre génial ou pourri et que tu ne peux pas en parler, c'est extrêmement frustrant. Je le fais pour partager parce que ça me fait plaisir et aussi parce que je dois le faire, en quelque sorte, quand on est sur internet et qu'on a commencé à le faire, on ne doit pas quelque chose aux gens, mais on les habitude et on s'habitude à poster tous les lundis, alors ça ferait bizarre de ne pas poster. »

➤ *Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle ?*

« Oui, oui, clairement. Je pars en Allemagne l'année prochaine et je me demande déjà comment je vais emmener mes livres, ils sont très importants. Même si je pourrais lire sur kindle, je préfère les livres papier. Du coup, quand j'ai eu un imprévu qui m'empêche de publier une chronique, je suis embêtée. Et mon rythme de lecture a augmenté depuis que je publie aussi. Il y a des lectures que je me sens obligé de lire parce qu'il vient de sortir et que tout le monde en parle, parfois je me force aussi à lire des autres livres pour sortir de ma zone de confort. »

***Voici 3 balances : comment évalueriez-vous les avantages et inconvénients d'être un blogueur ? Pourquoi ? (image 3)***

« Les avantages, le partage, c'est quelque chose de très important, pas forcément la connaissance que ça nous apporte, mais l'ouverture d'esprit. Il y a plus d'avantages quand même que d'inconvénients, parce que les seuls inconvénients que je trouve, c'est que parfois on peut se mettre trop la pression parce qu'il faut de la rentabilité, des vues, le prix, etc. Un autre inconvénient est peut-être que parfois je loupe des trucs parce que je dois publier une chronique. »

#### **5. Centrage sur la promotion :**

*Si vous le voulez bien j'aimerais maintenant que l'on se concentre sur la promotion de votre blog.*

***Faites-vous la promotion de votre blog ? Pouvez-vous me décrire ce que vous faites pour promouvoir votre blog ?***

« Pas vraiment. J'ai Instagram sur lequel je suis active, mais ça ne m'a pas apporté d'abonné. Les abonnés Instagram et abonné du blog sont très différents. La seule pub entre guillemets que je fais, c'est quand j'ai publié un article, je vais sur LivreAddict, je poste ma chronique sous le titre du livre et je la poste aussi sur le forum. »

➤ *Vous utilisez donc les réseaux sociaux et des applications ?*

« Juste Instagram. Je ne suis pas très doué pour mettre les RS à jour. Instagram, c'est parce que j'aime prendre des photos. »

➤ *Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur votre blog ?*

« Non pas du tout. Il y a peut-être plus de gens qui ont été voir Instagram en partant de mon blog que l'inverse. Je retrouve rarement des gens qui s'abonnaient à ma page Instagram et après allaient voir mon blog. Les gens cherchent plus la photo que la chronique. »

➤ *Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur les blogs en général ?*

« Oui. Sur Instagram, il suffit d'avoir une belle photo et les gens vont aimer. YouTube peut aussi avoir un grand impact, mais c'est beaucoup plus de logistique que les autres réseaux sociaux. »

➤ *Quels réseaux sociaux sont les plus adaptés selon vous pour parler de son blog, de ses articles ? Et pourquoi ?*

« Je pense toujours Instagram et les forums. Ça fait un peu vieux, mais je vois qu'avec LivreAddict, je n'aurais pas autant de livre que j'ai maintenant. »

➤ *Êtes-vous sur d'autres applications que LivreAddict ?*

« Des fois j'essaie de mettre à jour Booknode et goodread, mais je suis mauvaise à ce jeu-là. LivreAddict, ça me vient tout de suite, mais pas les autres. »

#### ***Que répondriez-vous ? (Image 4)***

« Je suis un peu d'accord, avec YouTube, Instagram, le blog il fait un peu vieux jeu, le vieux journal antique que l'on essaie de faire vivre malgré tout et j'adore ça. J'aime mettre par écrit mes sentiments sur ce roman. Quand on dit qu'on a un blog, les gens sont « euh d'accord, cette fille passe sa vie sur internet et lit des bouquins dans sa chambre, elle n'a pas de vie ». Je trouve que le blog est plus authentique que les autres réseaux sociaux. C'est vieux jeu, parce qu'aujourd'hui on écrit plus trop, mais on peut le rendre super moderne en utilisant par exemple des animations comme des Gifts. Donc, on n'est pas fini. »

➤ *Pensez-vous avoir déjà influencé l'un de vos lecteurs à un comportement ?*

« Oui je pense. L'autoédité qui m'avait contacté et qui n'avait pas aimé ma chronique et qui m'avait dit que je n'avais rien compris à son livre. J'ai dit à d'autres sur les forums et mon blog que je l'avais trouvé odieux et que je ne comprenais pas qu'on puisse avoir un comportement comme ça. Et d'autres blogs sont revenus vers moi pour me soutenir et dire qu'il n'allait pas le lire. »

➤ *Selon vous, quel peut être l'impact des avis des internautes sur leur lecture ?*

« Je pense qu'on s'entraîne tous, on a un impact sur les lectures des gens des uns et des autres. Selon moi, il y a un gros impact. On s'influence tous. »

➤ *Avez-vous déjà acheté ou fait quelque chose après avoir vu un post ?*

« Oui, beaucoup trop et c'est ce qui pose des problèmes à mon compte en banque. Je suis très influençable là-dessus. »

➤ *Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté ?*

« Je n'aime pas trop le mot communauté, parce que j'ai l'impression que ça fait secte, mais pour les livres oui, je pense. Ce que j'aime bien sur le blogging, je trouve qu'on se soutient tous sans se tirer dans les pattes. Dans les blogs littéraires, il y a des liens qui se font : aller voir cet article sur ce blog là, il est génial. Quelque chose qu'on retrouve moins sur les blogs beauté. Il y a moins de disparité sur les blogs littéraires. »

➤ *Enfin, conseillerez-vous de faire un blog à d'autres personnes ?*

« Oui. Peu importe le sujet d'ailleurs. Je me suis épanoui en écrivant mon blog et tant que la chose nous plait il faut juste partager dessus si c'est ce dont on a besoin. Je l'ai déjà conseillé à une amie qui voulait faire un blog beauté. »

## **6. Plus ?**

*Avez-vous quelque chose à ajouter ?*

« Que ceux qui veulent faire un blog se lancent dedans. Les questions étaient pertinentes et permettaient de faire réfléchir sur pourquoi on fait un blog. C'était très bien. »

## **7. Remerciements**

*Je vous remercie grandement d'avoir consacré du temps pour répondre à cet entretien.*

## Entretien 7 : L'œil de Luciolle

Bonjour,

*Je m'appelle Amandine Sizaire, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études sur l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*Je vous remercie vivement de me consacrer un peu de votre temps. En quelques mots, l'entretien a pour but de comprendre les motivations des blogueurs à partager leurs avis sur internet.*

*Les réponses à ce questionnaire resteront confidentielles et feront uniquement l'objet d'un traitement global.*

*La durée de l'entretien est estimée à 30 minutes. Je tiens à préciser qu'il n'existe pas de bonne ou de mauvaise réponse, ce que je souhaite comprendre c'est le pourquoi et le comment vous utilisez un blog. Si certaines questions vous gênent, vous n'avez aucune obligation d'y répondre.*

### **1. Questions personnelles :**

*Je vais commencer par me présenter et puis ce sera votre tour. Je m'appelle Amandine Sizaire, J'ai 24 ans, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études concernant l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*J'ai créé un blog il y a deux ans parlant de mes lectures, car j'avais l'envie de partager sur les livres qui passaient entre mes mains.*

***À vous, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?***

*« Je m'appelle Lucille, j'ai 35 ans et j'habite à Paris. Je travaille dans l'informatique. Et je lis beaucoup beaucoup et j'avais un blog photo plutôt perso depuis une dizaine d'années et il y a deux ans je l'ai transformé en blog littéraire parce que je voulais partager avec des chroniques sur les livres. Je voulais partager un peu plus que sur Instagram.*

### **2. Thème introductif :**

*Nous allons entrer dans le vif du sujet avec quelques questions relatives à votre blog :*

***Premièrement, pouvez-vous m'expliquer quand et pourquoi vous avez créé un ou plusieurs blogs ?***

« Je vais plutôt parler de la reprise d'y a deux ans, parce que l'ancien était plutôt personnel pour partager avec la famille. Du coup le blog, je l'ai créé parce que je suis partie passer deux ans en Angleterre et c'était l'occasion pour la famille et les amis d'avoir des nouvelles. C'était plus un blog voyage, photo où je parlais aussi de temps en temps de ce que j'allais voir au cinéma. Puis je suis rentrée et j'ai un peu arrêté de m'en servir. J'avais acheté un nom de domaine que j'ai conservé et il y a deux ans, j'ai décidé de reprendre le blog et de le transformer en blog littéraire. J'ai changé visuellement tout le blog, j'ai effacé le contenu qui existait avant et c'est devenu un nouveau blog juste pour les livres. L'ancien n'existe plus. »

➤ *Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur votre blog ?*

« Comme j'avais déjà acheté le nom de domaine vu que je faisais de la photo, ça collait bien et ça faisait un petit rappel vu que je m'appelle Lucille. J'aimais bien ce pseudo sur internet et je n'avais pas envie que ce soit relié à mon identité à la base parce qu'il a dix ans on était un peu plus frileux sur internet. »

➤ *Sur quel site votre blog est-il hébergé ?*

« Sur OBH et mon blog est un blog WordPress. J'ai choisi WordPress, même si ce n'était pas si facile il y a quelques années, mais vu que je bosse dans l'informatique et que je sais un peu manipuler le code web, j'avais plus de souplesse avec WordPress pour faire ce que je voulais et puis aujourd'hui ça s'est un peu démocratisé, on n'est plus obligé de s'y connaître pour utiliser WordPress et je trouve que ça offre pas mal de solution. Et je ne voulais pas d'un site en ligne où le contenu ne m'appartient pas, alors qu'ici le contenu m'appartient parce que je l'héberge moi-même. »

➤ *Avez-vous créé ou bien sélectionné un Template tout fait pour votre mise en page ?*

« J'en ai choisi un qui existait, je voulais peut-être le modifier pour l'adapter à ce que je voulais. Pour vouloir toucher dans le code avec WordPress, il faut avoir des besoins vraiment très spécifiques. Du coup, je ne me suis pas embêtée, j'ai pris un Template qui existait déjà et qui visuellement ressemble à Instagram. On voit six articles par page et on voit la première photo de l'article. Vu qu'au début je partageais mes lectures sur Instagram, j'ai voulu étoffer un peu mon avis et avoir plus de liberté sur la mise en page, etc. Je voulais rapprocher le truc d'Instagram avec une photo pour mettre en avant le bouquin et ensuite le texte. »

***Quels adjectifs/mots associez-vous à votre blog ? « Pour vous, avoir un blog c'est .... »***

« C'est une possibilité de partage et d'échange. Parce que bien que les visiteurs ne laissent pas beaucoup de commentaires sur le blog, ceux qui en laissent, ça permet de discuter avec des gens qu'on ne discuterait pas forcément dans la vie de tous les jours. C'est aussi valable sur Instagram. Ça permet d'échanger sur un sujet et une passion, en l'occurrence la lecture. »

### **3. Centrage du sujet :**

*Nous allons si vous le voulez bien parler maintenant des aspects plus techniques et des résultats concernant le blog.*

***Pouvez-vous me parler de votre activité sur le blog ?***

« Oui, j'y vais presque tous les jours que ce soit pour écrire un article ou répondre à des commentaires ou m'occuper de la publication. Vu que je lis beaucoup, je lis une douzaine de romans par mois et en général je chronique tout, du coup ça me prend beaucoup de temps. J'y suis environ un jour sur deux. »

➤ *Combien d'articles publiez-vous par semaine/ ou par mois ?*

« Je dirais deux ou trois. »

➤ *Et combien de temps vous prend l'écriture d'un nouvel article ?*

« Ça me prend entre une demi-heure et une heure. J'ai des Templates pour les chroniques pour m'éviter de recopier à chaque fois sur l'éditeur, la date de parution, etc., ça m'évite de réécrire le truc à chaque fois. Du coup, le temps de faire les recherches propres aux livres, publier, la photo, les échanges, etc. sur LivreAddict, Instagram et Facebook. En tout ça me prend grand maximum une heure par article.

➤ *Combien de temps consacrez-vous par semaine/ jour ou mois à votre blog ?*

« Dix ou 15 heures par semaine. »

➤ *D'après vous pourquoi les gens lisent vos articles ?*

« Il paraît que je fais des bonnes critiques. On m'a dit aussi que c'est parce que je ne spoiler jamais un roman et que je suis objective sur ma lecture et que même si je n'ai pas aimé un livre, parce que le sujet ne me plaisait pas ou que le rythme n'était pas à mon goût, je ne vais

pas descendre le bouquin en disant que c'était nul. J'argumente toujours que ce soit en lecture positif ou négatif.

➤ *Faites-vous des recherches avant d'écrire un article ?*

« Assez rarement. En fait ça va dépendre du livre. Récemment, j'ai lu un roman qui parlait du viol et il y avait énormément de statistique dans le roman, et le roman a été écrit en 2016 et l'auteur avait précisé au début du roman que les chiffres étaient exacts et je voulais voir la progression depuis 2016 pour ne pas mettre n'importe quoi dans la chronique. Je ne lis quasiment pas les avis des autres personnes parce que je ne veux pas m'influencer. Quand je fais des recherches, c'est plus sur le thème ou sur l'auteur. Je lis les chroniques des autres plutôt après, et ça ne m'influence pas. Je peux écrire la même chose que quelqu'un d'autre, mais ce n'est pas parce que je lui ai piqué l'idée »

➤ *Lisez-vous des articles d'autres blogs ?*

« Rarement. Mais quand je m'y mets par contre je peux passer une heure sur internet à aller me balader sur les blogs. Je préfère aller sur babelio que de lire les articles des autres. C'est quasiment que sur des articles littéraires. »

***La moyenne des visiteurs d'un blog par jour est de 100 personnes, pensez-vous être au-dessus, en dessous ou dans la moyenne ?***

« Je suis en dessous. »

➤ *Pouvez-vous estimer le nombre de personnes qui ont lu votre article ?*

« Oui, oui. Il y a un gestionnaire de statistique sur WordPress. »

➤ *D'après vous comment générer du trafic sur un blog ?*

« En faisant plus de partage sur les RS et en parlant durant les rencontres, les salons. »

***Que pensez-vous de cette image ? Veuillez détailler. Image 1***

« J'aimerais bien que mon blog me rapporte tout ça. Mais je pense que c'est dommage d'associer le blog à l'argent. Un petit blog comme le mien ne me coûte presque rien à l'année à part le nom de domaine, WordPress c'est gratuit et accessible à tout le monde. Et à ma connaissance, la manière de gagner de l'argent avec son blog aujourd'hui c'est de mettre de la pub. Et les visiteurs qui viennent voir mon blog, ne sont pas là pour voir de la pub.

➤ *Le blog vous coute-t-il de l'argent ?*

« Ça doit me couter moins de 50 euros par an. Ça comprend l'hébergement chez WordPress et la réservation du nom de domaine. »

➤ *Avez-vous déjà reçu une offre d'une entreprise pour mettre en avant l'un de leurs produits sur votre blog ?*

« Oui, j'ai même beaucoup de partenariat avec des éditeurs. En récurant, je dois en avoir 3 ou 4 et après de temps en temps, il y en a qui me contacte spontanément pour que je parle d'un roman et il y a aussi les autoédités. Donc oui pas mal. C'est un peu près la moitié de mes lectures. La moitié de mes lectures sont des lectures de service presse. »

#### 4. **Centrage sur les motivations personnelles :**

*Passons à vos motivations personnelles.*

***Parmi ces mots lesquels décrivent le mieux vos sentiments vis-à-vis de votre blog? » : et pourquoi ?(Image 2)***

« En harmonie avec, parce que le milieu littéraire et parler des romans, c'est moi, je me sens en harmonie avec ce que je fais. Encouragée, parce que je reçois des messages de gens qui me remercient pour les échanges, les chroniques et du coup ça me met en confiance. Très impliqué dans mon blog, j'y mets beaucoup d'énergie. Voilà.

➤ *Imaginez que vous venez d'écrire un nouvel article, quel sentiment correspond le mieux à ce que vous pourriez ressentir ? Pourquoi ?*

« De la satisfaction d'avoir achevé une tâche. En général je suis contente de moi et j'attends les retours des lecteurs. Je suis contente de savoir que je vais avoir des retours de lecteur pour pouvoir échanger. »

➤ *Pourquoi bloguez-vous?*

« Pour le plaisir de partager, c'est pourquoi j'aime faire des rencontres et des salons. »

➤ *Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle ?*

« Oui, parce que ça prend du temps et de temps en temps, je sollicite ma compagne pour faire des photos. J'essaie de toujours faire une photo avec un objet qui a un rapport avec l'histoire du roman et de temps en temps je lui demande son avis parce que je n'ai pas d'idée. Mais ça n'a pas d'effet négatif sur ma vie personnelle. »

***Voici 3 balances : comment évalueriez-vous les avantages et inconvénients d'être un blogueur ? Pourquoi ? (image 3)***

« Celle du milieu, c'est excecoco. Quoique j'ai plus d'avantages que d'inconvénients parce que comme je suis assez rapide dans l'écriture des chroniques et que je ne passe pas la moitié de ma journée sur le blog, je n'ai pas d'inconvénient pris pour ne pas faire autre chose. Je n'ai pas de contraintes. Les avantages, je suis satisfaite de moi-même à chaque fois que je publie quelque chose. Je suis contente des échanges qu'il y a derrière. Plus d'avantages que d'inconvénients. »

- Est-ce que le fait de recevoir des livres d'éditeurs et d'autoédité peut influencer votre avis dessus ?

« Non jamais. D'ailleurs, je viens d'abandonner un service presse. J'ai déjà fait des critiques pas forcément négatif parce que le roman est bien, mais moi il ne m'a pas plu. Ça ne pose pas de problèmes aux éditeurs qui préfèrent un vrai avis que plutôt que quelqu'un qui va mentir pour dire que ça lui a plu. En plus, les avis négatifs ça fait vendre aussi. Je dis vraiment ce que je pense sur mon blog en bon ou en mauvais. C'est rare que je descende un roman, ça m'est arrivé deux fois. J'ai trouvé l'écriture mauvaise. C'était mauvais. C'était un avis qui m'a dérangé d'écrire ça et j'ai échangé avec d'autres qui ont lu aussi le roman et ça m'a rassuré d'avoir des avis partagés. »

**5. Centrage sur la promotion :**

*Si vous le voulez bien j'aimerais maintenant que l'on se concentre sur la promotion de votre blog.*

***Faites-vous la promotion de votre blog ? Pouvez-vous me décrire ce que vous faites pour promouvoir votre blog ?***

« Oui. Sur Instagram, mais ça, ne marche pas du tout. Ça marche beaucoup moins bien que Facebook. Sur Instagram je copie-colle le contenu de ma chronique, parce que je sais que les gens qui sont sur Instagram ne sont pas forcément le public qui va venir sur mon blog. De Facebook, j'en ai beaucoup plus. J'ai créé un compte Twitter, mais je ne sais pas si j'ai des gens qui viennent de Twitter parce que j'y vais pas souvent. Facebook ça fait 1 ans et demi que j'ai la page, je partage sur ma page, sur mon compte personnel et parfois quand j'y pense sur des groupes et là par exemple en mai, j'ai eu 130 visites qui venaient directement de Facebook et seulement 70 d'Instagram. J'ai beaucoup de gens qui sont venus à partir des

moteurs de recherche et j'ai aussi pas mal de gens qui sont abonnés à mon blog et pour ça je n'ai plus rien de rien faire. J'ai aussi une trentaine de personnes qui reçoivent un mail quand je publie un article. Je fais aussi la promotion durant les rencontres et les salons. J'ai des cartes de visite en format marque-page, les gens aiment bien. Il est assez sobre, les informations sont claires dessus. Et je pense que ça me génère aussi quelques visites. ».

➤ *Avez-vous déjà mis des avis sur des sites de ventes comme Fnac ou Amazon ?*

« Jamais, sauf quand on me le demande. Parce que je préfère favoriser l'achat de livre chez un libraire indépendant. Amazon, je ne le fais presque jamais parce que je n'aime pas Amazon et sa manière de traiter ses employés. Et la Fnac je n'y pense pas parce que ce n'est pas un endroit pour moi ou on achète un livre. »

➤ *Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur votre blog ?*

« Du coup oui. »

➤ *Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur les blogs en général ?*

« Oui, oui, je pense. Parce que ça amène à la question qui est liée à la dernière image.

➤ *Quels réseaux sociaux sont les plus adaptés selon vous pour parler de son blog, de ses articles ? Et pourquoi ?*

« Je pense que ça va dépendre du sujet. Twitter va être très bien pour tout ce qui est actualité, politique, économie et des choses comme ça. Facebook, ça va être très bien pour les blogs de divertissement, de jeux vidéo, de buzz feed, des petites actualités, des faits divers. Instagram sera peut-être plus pour les trucs beauté, livres, cuisine. »

➤ *Êtes-vous sur des applications en plus des RS ?*

« Oui, je suis sur babelio et Livreaddict. Sur Babelio je mets le contenu de la chronique avec le lien de la chronique et sur Livreaddict on peut mettre que le lien.

#### ***Que répondriez-vous ? (Image 4)***

« Alors aujourd'hui les blogs c'est du passé et je suis d'accord. Parce qu'il y a eu trois grosses phases dans internet. Il y a eu a phase 1.0 où c'était que des consultations pas d'échange. Les sites n'étaient pas dynamiques et on était juste là pour visualiser du contenu. Après il y a eu l'internet 2.0 avec les blogs. Avant les RS et Facebook, où là c'était pour échanger sur un

sujet, la cuisine, la photo, le dessin, le cinéma, etc. et aujourd'hui on est sur l'internet 3.0 qui est beaucoup plus sur des choses spontanées et immédiates et donc plus faciles avec les RS. Donc les gens vont sur mon blog parce que je le partage sur les RS, mais les blogs ont de moins en moins de visites par rapport à il y a 5-6 ans.

➤ *Pensez-vous avoir déjà influencé l'un de vos lecteurs à un comportement ?*

« J'influence plus via Instagram que via mon blog. J'ai souvent des gens qui me disent je vais l'acheter ou je l'ai acheté, par contre j'ai rarement le retour sur l'avis de lecture après la lecture. J'ai déjà influencé. »

➤ *D'après vous quel peut être l'impact des avis des internautes sur les lectures ?*

« Important. Parce que ça peut permettre d'élargir les horizons. De lire des choses qu'on ne lierait pas forcément. De sortir un peu des classiques, des auteurs déjà très très vendus et dont on parle déjà dans les autres journaux, télé, etc., la presse classique. Rien que mon expérience à moi, quand je suis arrivé sur Instagram je lisais Stephen King, Maxime Chatham, Harlan Coben et depuis je lis aussi des qu'on ne connaît pas. Et depuis, j'ai découvert plein d'auteurs dont je n'avais jamais entendu parler. Et des gens m'ont déjà dit aussi « sans ton avis je n'aurais jamais lu ça. »

➤ *Avez-vous déjà acheté ou fait quelque chose après avoir vu un post ?*

« Oui, souvent. Ma PAL a explosé depuis que je suis sur Instagram. »

➤ *Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté ?*

« Complètement. Sur Instagram, je me sens bien. J'ai des gens que j'ai rencontrés dans la vraie vie et le sont devenus des amis. Et cet esprit de communauté s'est bien fait ressortir avec les deux articles qui sont sortis, dont un avec une journaliste qui se moquait de la communauté Bookstagram. Du coup, beaucoup de gens se sont agacés en disant non c'est une belle communauté, et on est tous unis et on se défend. »

➤ *Enfin, conseillerez-vous de faire un blog à d'autres personnes ?*

« Pas nécessairement. Pour moi ça doit être une envie. »

## **6. Plus ?**

*Avez-vous quelque chose à ajouter ?*

« Non, je ne pense pas. »

## 7. Remerciements

*Je vous remercie grandement d'avoir consacré du temps pour répondre à cet entretien.*

## Entretien 8 : Palace of books

Bonjour,

*Je m'appelle Amandine Sizaire, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études sur l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*Je vous remercie vivement de me consacrer un peu de votre temps. En quelques mots, l'entretien a pour but de comprendre les motivations des blogueurs à partager leurs avis sur internet.*

*Les réponses à ce questionnaire resteront confidentielles et feront uniquement l'objet d'un traitement global.*

*La durée de l'entretien est estimée à 30 minutes. Je tiens à préciser qu'il n'existe pas de bonne ou de mauvaise réponse, ce que je souhaite comprendre c'est le pourquoi et le comment vous utilisez un blog. Si certaines questions vous gênent, vous n'avez aucune obligation d'y répondre.*

### **8. Questions personnelles :**

***À vous, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?***

« Alors moi c'est Kevin, j'ai 25 ans. Je suis animateur en péri et extra scolaire c'est la garderie, la surveillance cantine et durant les vacances scolaire.). Mon blog Palace of books va fêter ses 8 ans samedi e ma chaine YouTube vient d'avoir 7 ans il y a une semaine.

### **9. Thème introductif :**

*Nous allons entrer dans le vif du sujet avec quelques questions relatives à votre blog :*

***Premièrement, pouvez-vous m'expliquer quand et pourquoi vous avez créé un ou plusieurs blogs ?***

➤ *Quand et pourquoi avez-vous créé un blog ?*

« Alors j'ai créé mon blog il y a 8 ans. La mode des blogs n'était pas encore arrive, mais j'étais tombe sur quelque blog intéressant et ils m'ont donné envie de partager mes lectures avec d'autres lecteurs. Pour me sentir moins isolé dans mon coin ».

➤ *Combien de blogs as-tu ?*

« Un seul. J'ai une chaîne booktube à côté. »

- *Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur votre blog ?*

« J'utilise un pseudo. Mon pseudo est Crouton. Au départ c'était pour rire... désormais on ne me connaît que sous ce pseudo, que ça soit mes abonnés ou les auteurs éditeurs. »

- *De quoi parlez-vous sur votre blog ? Avez-vous un thème prédéfini ? Tel que la mode, la photographie ?*

Les livres. Plus principalement les livres SFFF (SF, fantasy et fantastique)

- *Pourquoi avoir choisi de parler des livres ?*

Car je me sentais seul dans mon coin sans pouvoir partager mes avis.

- *Parlez-vous d'autre chose en plus des livres sur votre blog ?*

Non je préfère rester sur mon sujet de prédilection.

- *Sur quel site votre blog est-il hébergé ?*

Blogspot

- *Pourquoi avoir choisi Blogspot ?*

C'est le seul qui bug pas quand j'y vais dessus haha.

- *Avez-vous créé ou bien sélectionné un Template tout fait pour votre mise en page ?*

On me l'a fait.

***Quels adjectifs/mots associez-vous à votre blog ? « Pour vous, avoir un blog c'est .... »***

Passion. Ma passion des livres, passion des mots, des histoires, etc. et ma passion pour partager autour des livres. Sans passion un blog n'a pas vraiment d'âme.

## **10. Centrage du sujet :**

***Pouvez-vous me parler de votre activité sur le blog ?***

« Malheureusement le blog est en pause depuis quelque temps. Pour y poster, il faut que je lise. Mais je manque de temps et d'envie de lire pour de nombreuses causes perso donc je suis obligé de mettre le blog en pause... mais j'espère que l'envie de lire reviendra vite. »

- *Combien d'articles publiez-vous par semaine/ ou par mois ? Et combien de temps vous prend l'écriture d'un nouvel article ?*

Quand je suis dans une bonne période, je peux poster une à deux chroniques par semaines. Une chronique me prend environs 2 heures. Sans compter les heures de lecture pour lire le livre avant.

- *Combien de temps consacrez-vous par semaine/ jour ou mois à votre blog ?*

Même réponse que la question précédente. Entre deux et quatre heures dans une bonne période.

- *D'après vous pourquoi les gens lisent vos articles ?*

Car ils connaissent mes goûts livresques et savent que si j'aime CE livre, alors ils ont de fortes chances d'apprécier également.

- *Lisez-vous des articles d'autres blogs ?*

C'est rare malheureusement. Tout simplement par manque de temps. Le peu que je lis sont des blogs qui parlent... livres. Surprenant non ?

***La moyenne des visiteurs d'un blog par jour est de 100 personnes, pensez-vous être au-dessus, en dessous ou dans la moyenne ?***

Encore une fois ça dépend. Quand je suis en bonne période "livresque" et que je poste normalement je tourne à 250 à 300 visiteurs par jour. Quand je suis en pause depuis plusieurs mois comme la je tourne à 70 visiteurs par jour.

- *Pouvez-vous estimer le nombre de personnes qui ont visité votre blog ?*

Je sais que j'ai passé les 100 000, mais je n'ai pas vérifié depuis un moment.

- *D'après vous comment générer du trafic sur un blog ?*

Tout simplement en étant agréable, s'occuper des réseaux sociaux et surtout rester vrai et ne pas jouer un rôle !

***Que pensez-vous de cette image ? Veuillez détailler. Image 1***

Que je déteste tout ce qui touche à l'argent . Pour moi ça tue les blogs, chaîne YouTube, etc. à petits feux ...

- *Gagnez-vous de l'argent avec votre blog ?*

Non ! La seule récompense que j'ai vient des auteurs et éditeurs qui m'offrent leurs livres en avant-première ou des pass pour les salons littéraires.

- *Votre blog vous coute-t-il de l'argent ?*

*Non plus.*

### **11. Centrage sur les motivations personnelles :**

***Parmi ces mots lesquels décrivent le mieux vos sentiments vis-à-vis de votre blog? » : et pourquoi ?(Image 2)***

Whahou. Je dirais libre. De faire ce que je veux et quand je veux.

- *Imaginez que vous venez d'écrire un nouvel article, quel sentiment correspond le mieux à ce que vous pourriez ressentir ? Pourquoi ?*

De la joie. Et fierté d'avoir un nouvel article a poster. Car ça demande du boulot en amont et une fois terminé, on est soulagé d'avoir quelque chose à offrir aux abonnés.

- *Pourquoi bloguez-vous?*

Pour partager mes lectures.

- *Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle ?*

Oui. J'ai rencontré de super amis, je pars en vacances avec eux, toute la communauté livresque se retrouve chaque année au salon de Montreuil. Oui ma vie a changé.

- ***Voici 3 balances : comment évalueriez-vous les avantages et inconvénients d'être un blogueur ? Pourquoi ? (image 3)***

Plus de positif. Le seul inconvénient pour moi et que je stresse quand je ne peux pas poster. Après le reste je me dis que c'est virtuel et je préfère voir que les bons côtés.

### **12. Centrage sur la promotion :**

***Faites-vous la promotion de votre blog ? Pouvez-vous me décrire ce que vous faites pour promouvoir votre blog ?***

Non a part tenir mes réseaux sociaux je ne fais jamais de pub pour mon blog.

- *Quels réseaux sociaux utilisez-vous ?*

Facebook, twitter, instagram et snapchat.

- *Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur votre blog ?*

Oui ! Sans eux personne ne voit les nouveaux articles désormais.

- *Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur les blogs en général ?*

Totalement.

- *Quels réseaux sociaux sont les plus adaptés selon vous pour parler de son blog, de ses articles ? Et pourquoi ?*

Facebook. Peut-être le plus "large public" et les infos s'affichent plus facilement sur votre fil d'actualité. Les autres réseaux les messages sont plus vite perdus.

### ***Que répondriez-vous ? (Image 4)***

Que malheureusement c'est en train de devenir une réalité. Mais faut se battre contre !

- *Pensez-vous avoir déjà influencé l'un de vos lecteurs à un comportement ?*

Oui je reçois souvent des messages d'abonnés qui ont acheté des livres à cause de moi

- *Avez-vous déjà acheté ou fait quelque chose après avoir vu un post ?*

Bien sûr. Des achats de livres.

- *Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté ?*

Oui la communauté livresque, mais surtout la booktuber sur YouTube. La communauté livresque sur YouTube.

- *Enfin, conseillerez-vous de faire un blog à d'autres personnes ?*

S'ils ont le temps et l'envie de partager alors oui qu'ils foncent !

### **13. Plus ?**

*Avez-vous quelque chose à ajouter ?*

Merci pour ce questionnaire. Bon courage pour la suite.

### **14. Remerciements**

*Je vous remercie grandement d'avoir consacré du temps pour répondre à cet entretien.*

### Entretien 9: 360 degrés nord

Bonjour,

*Je m'appelle Amandine Sizaire, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études sur l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*Je vous remercie vivement de me consacrer un peu de votre temps. En quelques mots, l'entretien a pour but de comprendre les motivations des blogueurs à partager leurs avis sur internet.*

*Les réponses à ce questionnaire resteront confidentielles et feront uniquement l'objet d'un traitement global.*

*La durée de l'entretien est estimée à 30 minutes. Je tiens à préciser qu'il n'existe pas de bonne ou de mauvaise réponse, ce que je souhaite comprendre c'est le pourquoi et le comment vous utilisez un blog. Si certaines questions vous gênent, vous n'avez aucune obligation d'y répondre.*

#### **15. Questions personnelles :**

***À vous, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?***

Je m'appelle Thibault, j'ai 19 ans et je suis en bac2 à l'IHECS, enfin bac 3 maintenant. J'ai ouvert mon blog il y a à peu près un an. Parce que j'avais envie de partager mes lectures, voyages ou même certaines opinions . C'est ce qui m'a poussé à ouvrir le blog. Il s'agit de 360 Degrés Nord.

#### **16. Thème introductif :**

*Nous allons entrer dans le vif du sujet avec quelques questions relatives à votre blog :*

***Premièrement, pouvez-vous m'expliquer quand et pourquoi vous avez créé un ou plusieurs blogs ?***

➤ *Quand et pourquoi avez-vous créé un blog ?*

Il y a un peu près un an. J'ai toujours eu besoin d'écrire et mon déménagement à Bruxelles m'a clairement ouvert sur toute la Blogosphère ou même sur Insta. je n'avais pas de compte

avant ça. Mais des amis me demandaient souvent pour des conseils sur des livres ou certaines villes ou quoi du coup l'envie de créer mon blog est apparue.

➤ *Combien de blogs as-tu ?*

1 Et c'est bien assez!!

➤ *Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur votre blog ?*

Les deux. Je signe mes articles avec mon surnom Thib', mais sur Insta je suis 360 degrés nord. Peut-être pour rompre le mur entre moi et les lecteurs, mais aussi séparer ma vie privée de mon Insta. Je ne sais pas trop.

➤ *De quoi parlez-vous sur votre blog ? Avez-vous un thème prédéfini ? Tel que la mode, la photographie ?*

Mon blog est très axé sur le lifestyle. Je suis assez engagé certains diront. Mais je parle pas mal de lectures et de voyages aussi.

➤ *Pourquoi avoir choisi de parler de ces sujets ?*

Le jeu d'influence qui se joue actuellement sur Insta et dans la Blogo est assez impressionnant. J'essaye donc de partager un message de conscience pour peut-être un peu changer les choses. Que ce soit sur le lifestyle, les voyages, les livres.

➤ *Parlez-vous d'autre chose en plus des livres sur votre blog ?*

Oui, je suis en train d'ouvrir une rubrique de mode éthique.

➤ *Sur quel site votre blog est-il hébergé ?*

Wordpress

➤ *Pourquoi avoir choisi Wordpress?*

C'est le plus facile et répandu pour les blogs.

➤ *Avez-vous créé ou bien sélectionné un Template tout fait pour votre mise en page ?*

J'ai pris un template que j'ai amélioré moi-même par la suite.

***Quels adjectifs/mots associez-vous à votre blog ? « Pour vous, avoir un blog c'est .... »***

Partager. Tout simplement.

## **17. Centrage du sujet :**

***Pouvez-vous me parler de votre activité sur le blog ?***

Elle est insuffisante, mais je tente de l'améliorer haha.

- *Combien d'articles publiez-vous par semaine/ ou par mois ? Et combien de temps vous prend l'écriture d'un nouvel article ?*

Je suis malheureusement un très mauvais exemple, car je publie au compte-goutte. Seulement quand ça me prend. Alors je ne sais pas dire, vraiment.

- *Combien de temps consacrez-vous par semaine/ jour ou mois à votre blog ?*

. je ne sais pas dire non plus. C'est très aléatoire.

- *D'après vous pourquoi les gens lisent vos articles ?*

. je ne sais pas. Parce qu'ils s'intéressent à ce que je dis. Parce qu'ils veulent se conscientiser avec des sujets que j'aborde.

- *Lisez-vous des articles d'autres blogs ?*

Rarement. J'ai quelques blogs fétiches, mais je ne passe pas beaucoup de temps à surfer de blog en blog. Par manque de temps je dirais.

***La moyenne des visiteurs d'un blog par jour est de 100 personnes, pensez-vous être au-dessus, en dessous ou dans la moyenne ?***

En dessous clairement.

- *Pouvez-vous estimer le nombre de personnes qui ont visité votre blog ?*

Oui, oui grâce à Analytic. 200 personnes ce mois-ci ont visité le blog. C'est pas mal.

- *D'après vous comment générer du trafic sur un blog ?*

Il faut être présent sur les réseaux sociaux et surtout de la régularité dans les publications. Pas comme moi haha.

***Que pensez-vous de cette image ? Veuillez détailler. Image 1***

Hum, compliqué. Tout travail mérite salaire non ? Je ne suis pas contre l'idée de se faire de l'argent avec son blog. Ça prend du temps, de l'énergie et comme j'ai dit, tout travail mérite salaire.

➤ *Gagnez-vous de l'argent avec votre blog ?*

Non.

➤ *Votre blog vous coûte-t-il de l'argent ?*

Oui. Je n'en dirais pas plus.

### **18. Centrage sur les motivations personnelles :**

*Parmi ces mots lesquels décrivent le mieux vos sentiments vis-à-vis de votre blog? » : et pourquoi ?(Image 2)*

Euh. Impliqué. Je m'implique quand j'écris même si c'est aléatoire. Libre. Je suis libre de parler de ce que je veux. Épanoui. J'aime ce que je fais.

➤ *Imaginez que vous venez d'écrire un nouvel article, quel sentiment correspond le mieux à ce que vous pourriez ressentir ? Pourquoi ?*

Je suis juste content. Tout simplement.

➤ *Pourquoi bloguez-vous ?*

J'en ai déjà parlé. Pour combler ce besoin d'écrire, mais surtout pour partager.

➤ *Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle ?*

Oui totalement. Tout comme ma page instagram.

*Voici 3 balances : comment évalueriez-vous les avantages et inconvénients d'être un blogueur ? Pourquoi ? (image 3)*

C'est tout bénéfique pour moi. J'apprends plein de choses, je m'améliore. Je m'amuse et je peux peut-être gagner un peu d'argent haha. Qui sait.

### **19. Centrage sur la promotion :**

*Faites-vous la promotion de votre blog ? Pouvez-vous me décrire ce que vous faites pour promouvoir votre blog ?*

Non pas du tout. Je n'y ai jamais vraiment réfléchi.

➤ *Quels réseaux sociaux utilisez-vous ?*

Instagram, Facebook et Pinterest

➤ *Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur votre blog ?*

. Oui ! Le 3/4 de mon trafic vient des réseaux. Sans eux, j'aurais moins de visite.

➤ *Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur les blogs en général ?*

Oui. Pour les mêmes raisons que je viens d'évoquer.

➤ *Quels réseaux sociaux sont les plus adaptés selon vous pour parler de son blog, de ses articles ? Et pourquoi ?*

Instagram. Les gens sont plus impliqués sur Instagram. Surtout la communauté Bookstagram.

***Que répondriez-vous ? (Image 4)***

Non. Ce n'est pas du passé. On est encore nombreux à les utiliser.

➤ *Pensez-vous avoir déjà influencé l'un de vos lecteurs à un comportement ?*

Oui. Certains de mes amis commencent à réduire leurs déchets par exemple. Pas seulement grâce à mon blog, où mes photos insta, mais ils m'ont dit que c'est grâce à des exemples que j'ai donné. C'est sympa de savoir ça.

➤ *Avez-vous déjà acheté ou fait quelque chose après avoir vu un post ?*

Non pas spécialement. Ou sans m'en rendre compte. Non pas spécialement.

➤ *Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté ?*

Pas spécialement. En tout cas pas qu'à une seule communauté. Plein de communautés m'attirent et me conviennent sur certains points et dans d'autres points pas du tout.

➤ *Enfin, conseillerez-vous de faire un blog à d'autres personnes ?*

Oui.

**20. Plus ?**

***Avez-vous quelque chose à ajouter ?***

Non.

## **21. Remerciements**

*Je vous remercie grandement d'avoir consacré du temps pour répondre à cet entretien.*

## Entretien 10 : The trendy club:

Bonjour,

*Je m'appelle Amandine Sizaire, je suis étudiante en dernière année à l'université de Namur. Je réalise actuellement un mémoire de fin d'études sur l'influence des avis des internautes sur le choix de leur lecture.*

*Je vous remercie vivement de me consacrer un peu de votre temps. En quelques mots, l'entretien a pour but de comprendre les motivations des blogueurs à partager leurs avis sur internet.*

*Les réponses à ce questionnaire resteront confidentielles et feront uniquement l'objet d'un traitement global.*

*La durée de l'entretien est estimée à 30 minutes. Je tiens à préciser qu'il n'existe pas de bonne ou de mauvaise réponse, ce que je souhaite comprendre c'est le pourquoi et le comment vous utilisez un blog. Si certaines questions vous gênent, vous n'avez aucune obligation d'y répondre.*

### **22. Questions personnelles :**

***À vous, pouvez-vous vous présenter en quelques mots ?***

« Oui, moi c'est Jade de luick, j'ai 20 ans. Mon blog va bientôt fêter ses deux ans en 2019 et moi j'ai décidé de créer ce blog, c'est en fait. J'ai toujours eu envie d'en créer un parce que j'ai envie de partager ma passion pour la mode, mes petites tenues, parce qu'on m'a toujours demandé où j'achetais telle ou telle chose. Donc, c'est vraiment une envie de partager. Dans la vie je suis fleuriste. Ça n'a rien avoir avec la mode, mais j'ai longuement hésité à me lancer là-dedans et puis par manque de confiance en moi, j'ai préféré me diriger vers un métier artistique et manuel, donc les fleurs. »

*C'est un beau métier.*

« Oui, c'est un très beau métier. »

### **23. Thème introductif :**

*Nous allons entrer dans le vif du sujet avec quelques questions relatives à votre blog :*

***Premièrement, pouvez-vous m'expliquer quand et pourquoi vous avez créé un ou plusieurs blogs ?***

➤ *Pourquoi avez-vous créé un blog ?*

J'ai toujours eu des blogs, quand il y a eu cette mode de skyblog, tout ça. Enfin, j'étais très jeune, mais j'ai toujours tenu des blogs. Et faire un blog qui parle spécialement de la mode et mes tenues, je l'ai fait parce que c'était quelque chose que j'avais envie de partager avec les autres. Et il y a ce phénomène aussi un peu d'influenceuse, d'instagrameuse, de youtubeuse. C'est un truc qui m'intéresse fort et que j'adore, mais voilà, je sais que je n'ai pas le temps, le potentiel pour créer une énorme communauté, donc je dis qu'un petit blog perso à partager avec mes amis et ma famille. C'est surtout ça le but et ce qui me convient le mieux, ce qui me correspond le mieux. Comme je l'ai dit quand je me suis présentée, en fait, mes copines m'ont toujours dit que je m'habillais bien, elles m'ont toujours demandé des conseils, elles m'ont toujours demandé où j'achetais mes vêtements et je me suis dit que créer un blog qui parle d'où j'achète mes tenues, ça serait la meilleure solution pour partager avec elles en fait.

➤ *Combien de blogs as-tu ?*

Un seul blog, skyblog c'est quand j'étais toute petite, maintenant ils n'existent plus. Je n'ai plus qu'un seul blog.

➤ *Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur votre blog ?*

J'utilise principalement le nom de mon blog qui est TrendyClub, mais je mets toujours à côté, je signe toujours par mon prénom. Comme ça, ça permet à ce que les gens sachent avec qui ils communiquent. Je ne parle pas beaucoup de moi, mais j'aime bien que les gens sachent que c'est mon prénom. Même si mon blog s'appelle the trendy club, j'aime bien que les gens sachent que c'est moi Jade, qui suit en train d'écrire et de partager avec les autres.

➤ *De quoi parlez-vous sur votre blog ? Principalement de mode ?*

Oui de mode. De surtout mes tenues que je porte quotidiennement,, mais aussi mes voyages quand je pars. Par exemple, l'année dernière, j'ai partagé mon voyage à Rome, je partage un peu mes photos, mes quelques bonnes adresses. Mais tout part de ma tenue, de ce que je porte. Ma tenue idéale à porter l'été, ou pour voyage. Voilà, c'est surtout la mode et mes tenues.

➤ *Il y a d'autres choses que la mode et les voyages ?*

Non la mode seulement, non je dis des bêtises, j'ai également écrit deux trois articles sur le maquillage, sur comment je me maquille par exemple. On m'avait demandé de le faire. Sinon je fais aussi des petites revues quand j'achète des coffrets de rouge à lèvres par exemple, parce que j'adore les rouges à lèvres ou des revues palette, tout ça .

➤ *Sur quel site votre blog est-il hébergé ?*

Je l'ai fait sur Wordpress parce que je ne connaissais pas vraiment d'autre site et je me sens plus à l'aise pour débiter mon blog sur ce site, parce que c'était le seul que je connaissais.

➤ *Avez-vous créé ou bien sélectionné un Template tout fait pour votre mise en page ?*

Je suis partie d'un thème tout fait, j'ai après fait quelques réglages moi-même, mais pour me lancer j'avais peur de mal faire les choses donc je suis partie sur un thème qui était déjà fait à l'avance.

Je pense bientôt refaire tout mon blog, parce que je pense mettre ma touche personnelle, mais maintenant que ça fait presque deux ans que j'ai mon blog, je me suis dit que je devais penser à ce qui me représente plus.

***Quels adjectifs/mots associez-vous à votre blog ? « Pour vous, avoir un blog c'est .... »***

Amusant, parce que moi ça m'amuse de rédiger mes articles et de les partager ensuite et de faire un petit peu de pub pour mon blog, je trouve ça amusant, j'adore faire ça, c'est un peu comme un hobby, je dis tout le temps. Parce que je prends plaisir à le faire.

#### **24. Centrage du sujet :**

***Pouvez-vous me parler de votre activité sur le blog ?***

Mon activité sur le blog, pour l'instant c'est surtout sur mes voyages vu que c'est l'été qui arrive.

➤ *Combien d'articles publiez-vous par semaine/ ou par mois ?*

Combien je publie par semaine, c'est ça ? Une fois par semaine, j'essaie que ce soit régulier. Maximum quatre à cinq fois par mois.

➤ *Et combien de temps vous prend l'écriture d'un nouvel article ?*

. D'un nouvel article ? Juste le rédiger, le taper, ça me prend environ une heure parce que je prends beaucoup de temps à vérifier tout ce qui est orthographe et grammaire. Maintenant, si on compte, en plus d'aller faire les photos, les modifier et tout ça, ça me prend, je dirais 3 heures.

➤ *Vous demandez de l'aide pour faire les photos ?*

Ou, je demande à mon frère, il aime bien la photographie et il a un bel appareil photo, donc c'est directement vers lui que je me tourne.

➤ *Combien de temps consacrez-vous par semaine/ jour ou mois à votre blog ?*

En comptant les trois heures de rédaction, après je vais au moins sur le site wordpress, un demi-heure maximum par jour parce que je vais lire les articles de mes abonnés et j'essaie toujours de me faire un petit peu de pub, découvrir d'autre blog. Je dirais une demi-heure, une heure par jour maximum.

➤ *Avant d'écrire un article, faites-vous des recherches ?*

Oui, j'en fais. Surtout pour les voyages par exemple, j'aime bien donner des détails en plus sur des lieux à visiter auxquels je ne penserais pas forcément à mettre. Oui je fais toujours de recherche. Par exemple, quand je vais présenter un vêtement, je veux être sûr d'utiliser le terme correct comme un pantalon crayon, je veux que ce soit bien écrit et que le bon mot soit utilisé. Je fais des recherches pour être sûr que je parle des bonnes choses.

➤ *D'après vous pourquoi les gens lisent vos articles ?*

Pour ma part ce sont surtout mes amis et des connaissances qui lisent mes articles et je pense qu'ils sont un peu curieux de savoir ce que je vais présenter. Pour d'autres, je dirais parce que ça les intéresse. Parce que en général, mes amis, les gens qui me suivent, on a le même intérêt commun pour la mode et je pense que ça les intéresse de voir ce que je propose comme nouvelle tenue, ou mes achats. Voilà, je pense que c'est par curiosité, par intérêt commun.

➤ *Mettez-vous des liens vers d'autres sites dans vos articles ?*

Non, je mets juste le magasin où je l'ai trouvé, où je l'ai acheté. Moi, ce que je fais beaucoup, je présente des vieux vêtements ou des vêtements que j'ai déjà portés plusieurs fois et qu'on voit plusieurs fois sur mon blog, parce que j'aime bien montrer comment je peux porter un vêtement de différente façon. Je préfère juste mettre le magasin. J'ai déjà pensé mettre le lien

directement dans l'article, car c'est plus facile pour les gens et je le remarque moi aussi quand je lis des blogs, que je regarde des vidéos sur YouTube et que je vois ces filles qui présentent leurs fringues, j'aime bien cliquer directement sur le lien. C'est un truc que je ferais quand je changerais le thème de mon blog, l'habillage du blog.

➤ *Lisez-vous des articles d'autres blogs ?*

Je me suis abonnée à pas mal de blogs sur Wordpress qui parlait de mode, parce que j'adore lire ça. J'aime bien voir ce que les autres proposent. Moi-même ça m'inspire, ça me donne des idées. C'est un truc que j'aime bien faire. Des fois tu découvres des fringues sympas et t'as envie d'aller les chercher. C'est comme si je faisais un petit shopping en ligne.

➤ *C'est uniquement sur des blogs mode ?*

Oui, principalement. Et maquillage parce que c'est quelque chose que j'aime beaucoup aussi, mais sinon c'est surtout mode.

***La moyenne des visiteurs d'un blog par jour est de 100 personnes, pensez-vous être au-dessus, en dessous ou dans la moyenne ?***

En dessous.

➤ *Pouvez-vous estimer le nombre de personnes qui ont visité votre blog ?*

Oui, il y en a moins de 100. Je le fais tourner un petit peu. Comme j'ai dit, je passe une demi-heure, une heure maximum par jour et je pense que pour que mon blog tourne plus et que les gens visitent plus mon blog, je devrais le faire tourner beaucoup plus vite.

➤ *D'après vous comment générer du trafic sur un blog ?*

. Avec Facebook, instagram tout ça, il faut se faire un peu de la pub. Tout le temps mettre « au fait, j'ai posté un article sur mon blog » mettre le lien. Dire le lien est dans ma bio. Et via Wordpress, il suffit de visiter le blog des autres, laisser un petit commentaire de temps en temps et je pense que c'est ça qui fait que les gens viennent voir.

***Que pensez-vous de cette image ? Veuillez détailler. Image 1***

On voit le mot blog sur une liasse de biais. C'est le cas pour certains. Ça va dans les deux sens, parce que je pense que aussi pour que son blog soit mieux entretenu, avoir des extensions de fichier et tout ça il faut payer. Il ya plein de choses qu'on peut payer comme des extensions, des nouveaux thèmes et à mon avis il faut déboursier pas mal pour avoir un joli

blog bien entretenu. Les blogs c'est une grosse dépense, mais quand tu as un blog connu, ça te rapporte aussi de l'argent. Donc je pense que cette image va dans les deux sens.

➤ *Votre blog vous coûte-t-il de l'argent ?*

Non, pour l'instant non. Quand je l'ai créé, c'était pour partager avec mes amis, ma famille, donc je ne voulais pas déboursier de l'argent là-dedans. Mais maintenant que j'ai envie d'aller un peu plus loin, je pourrais peut-être dépenser de l'argent pour de nouveau thème, mais sans plus.

➤ *Gagnez-vous de l'argent avec le blog ?*

Non plus.

➤ *Avez-vous déjà reçu des propositions, offres de partenariat de la part d'entreprise ?*

Oui, c'est toujours des marques étrangères, mais je ne le fais pas très souvent, je l'ai fait une ou deux fois. C'était pour des bijoux et une marque de montre. Je le fais très rarement, car mon blog n'est pas encore assez connu pour que je me lance là-dedans.

➤ *Si l'occasion se représentait, accepteriez-vous ?*

Ça dépend . Ça dépend des produits aussi parce que j'aime bien regarder à ce que m'ont propose. Si c'est de la bonne qualité, si ça vaut le coup, parce que parfois c'est un peu cheap ce qu'on pouvait recevoir comme produit et je n'ai pas non plus envie de proposer n'importe quoi à ceux qui me suivent sur mon blog.

## 25. **Centrage sur les motivations personnelles :**

***Parmi ces mots lesquels décrivent le mieux vos sentiments vis-à-vis de votre blog? » : et pourquoi ?(Image 2)***

Il est libre. Ça représente bien mon blog, je suis très libre dans ce que je dis, je suis sans filtre et c'est libre à tout le monde de laisser son avis que ce soit positif ou négatif. Intéressé. Ouvert et inspiré. En harmonie avec ma personnalité et avec ce que je voulais de base, je voulais quelque chose de très simple. Ou je ne me casse pas la tête. Mon blog est vraiment sympa, mais il est chill. Satisfait. Je suis satisfaite de ce que j'ai pour l'instant.

➤ *Que des termes positifs ?*

Oui, je préfère penser positif, parce que je me connais si je commence à penser aux négatifs, je vais voir rouge et je vais arrêter ce que je fais.

- C'est parfois dur ?

Oui, c'est dur. Quand c'était la fin d'année, j'ai eu des examens et tout ça et j'ai pas poster pendant presque trois semaines. C'est un truc à corriger. La rigueur c'est super dur. Et ce qui est dur aussi, c'est quand tu écris, tu postes quelque chose « tu te dis, ça tout le monde sait le faire » c'est dur de se démarquer des autres et ça ça pèse très vite sur le moral ou sur l'envie d'écrire ou de partager avec les autres.

- *Imaginez que vous venez d'écrire un nouvel article, quel sentiment correspond le mieux à ce que vous pourriez ressentir ? Pourquoi ?*

Excitée. Je suis excitée à l'idée de voir le nombre de vue, le nombre de personnes qui vont aimer, commenter, les retours que je vais avoir. Puis justement, je poste une petite photo sur intagram, je me fais une pub. Je suis tout excité de publier quelque chose

- avez-vous des commentaires sur vos articles ?

J'en ai tout le temps, maintenant, je n'en ai pas des masses. J'en ai entre 5 et 10 commentaires maximum. Pour l'instant je suis super satisfaite, contente. Après, j'ai aussi des retours sur Instagram, un petit peu. Mais juste un petit commentaire, et je suis comble.

- *Pourquoi bloguez-vous ?*

.

- *Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle ?*

Non pas spécialement ; je me dis que je devrais y travailler beaucoup plus. Parce que je prends un peu la tête dessus faut que je poste, faut que je trouve d'autres idées, mais sinon non.

***Voici 3 balances : comment évalueriez-vous les avantages et inconvénients d'être un blogueur ? Pourquoi ? (image 3)***

Les avantages, c'est surtout de partager. L'inconvénient, je ne pense pas en avoir vraiment. Les désavantages, c'est le retour des gens, parce qu'il y a toujours des gens méchants ou des gens qui ne vont pas vraiment aimer ce que tu vas présenter. Et devoir aussi se démarquer des autres qui sont très durs.

Puis en avantage, je trouve ça hyper fun de pouvoir partager avec les autres. Et j'ai fait des connaissances et je trouve ça super sympa.

Il y a plus d'avantages que d'inconvénient.

## 26. Centrage sur la promotion :

*Faites-vous la promotion de votre blog ? Pouvez-vous me décrire ce que vous faites pour promouvoir votre blog ?*

Un tout petit peu. Je suis surtout sur les réseaux. Je partage des photos de mon blog, je mets des liens directs vers mon blog. J'en parle. C'est tout.

➤ *Quels réseaux sociaux utilisez-vous ?*

Facebook et Instagram.

➤ *Étés vous aussi sur YouTube ?*

*Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur votre blog ?*

Je pense. Je trouve qu'ils sont for reliés. Grâce au RS je vais avoir un petit peu plus de vue sur mon blog. Je le vois tout le temps, quand je partage une photo d'article sur instagram, il y a toujours plus e gens qui viennent visiter mon blog.

➤ *Pensez-vous que les réseaux sociaux ont un impact sur les blogs en général ?*

Oui je pense. Les deux sont toujours reliés.

*Quels réseaux sociaux sont les plus adaptés selon vous pour parler de son blog, de ses articles ? Et pourquoi ?*

Instagram. C'est le RS le plus connu, le plus utilisé. Et il y a que sur instagram ou je vois les gens qui viennent parler de ce qu'ils font, ils ont beaucoup plus facile de parler de ce qu'ils font sur Instagram.

***Que répondriez-vous ? (Image 4)***

Oui et non. Maintenant, les gens partagent parfois que sur Instagram parce qu'ils pensent qu'ils n'ont plus besoin de blog, parce que leur communauté sur intagram est déjà assez grande. Pareil pour les gens qui commence sur YouTube, après ils n'ont pas de blog sur le côté. Et après, il y a des gens comme moi qui sont beaucoup plus à l'aise à l'écrit et il y en a qui continue à lire les blogs. J'ai des amies qui me disent que les vidéos YouTube, ça ne les intéresse pas qu'elle préfère venir lire.

C'est du passé, oui parce qu'on a ce phénomène YouTube, Instagram, mais je pense que les blogs ne disparaîtront pas. Ça serait dommage.

➤ *Pensez-vous avoir déjà influencé l'un de vos lecteurs à un comportement ?*

Oui, on est déjà venu me le dire, je trouvais ça sympa. Même avant d'avoir mon blog, ça arrivait au quotidien avec mes copines et maintenant avec mon blog, on vient souvent me le dire. Ça oui.

➤ *Pensez-vous que l'avis des internautes a un impact sur leur comportement ?*

Ça peut vite influencer les gens, ou les faire changer d'avis. Les poussées à agir autrement.

➤ *Faites-vous des recherches avant d'acheter et vous fiez-vous à l'avis des autres ?*

Oui ça m'arrive très souvent. J'aime bien avoir l'avis des autres. C'est rassurant quelque part et d'un côté des fois il y en a qui ne partage pas les mêmes avis que toi, ils n'ont pas les mêmes attentes. Mais moi j'aime bien voir les avis des autres.

➤ *Allez-vous sur des sites de notation comme amazon et ses étoiles ?*

Pas pour les vêtements, mais pour des cosmétiques ou des décorations, j'aime bien regarder le nombre d'étoiles parce que je veux être sûr que je n'achète pas n'importe quoi. Le nombre d'étoiles me rassure.

➤ *Avez-vous déjà acheté /fait quelque chose après avoir lu un avis dessus ?*

Ouais. Ça oui. Je ne sais plus quoi. Mais c'est arrivé plusieurs fois.

➤ *Avez-vous l'impression de faire partie d'une communauté ?*

Oui je pense. En partageant avec les autres, quand il y a des échanges avec les autres, je trouve que c'est ça une communauté. Que ce soit sur mon blog, sur Instagram, même sur Facebook. Dès qu'il y a des échanges avec les gens, tu fais partie d'une communauté.

➤ *Enfin, conseillerez-vous de faire un blog à d'autres personnes ?*

Oui, je conseillerais si t'es passionné, si t'as envie de partager.

## **27. Plus ?**

*Avez-vous quelque chose à ajouter ?*

Non.

## **28. Remerciements**

*Je vous remercie grandement d'avoir consacré du temps pour répondre à cet entretien.*

## **Annexe 5 : Questionnaire**

Les médias sociaux amènent-ils à lire?

Bonjour, je m'appelle Amandine Sizaire. Je réalise actuellement mon mémoire de fin d'études. À travers ce travail, je cherche à savoir si les médias sociaux amènent à lire. Pour vous remercier du temps consacré (environ 10 minutes) à répondre à ce questionnaire, un tirage au sort sera effectué pour vous permettre de gagner un bon cadeau Amazon d'une valeur de 15 euros. Votre avis est très précieux pour l'avancée de mon travail. Le questionnaire est confidentiel et les données recueillies ne feront l'objet que d'un traitement global. D'avance, je vous remercie pour votre participation sérieuse. :-)

Q1 : À quelle fréquence surfez-vous sur internet?

- Toutes les heures
- Plusieurs fois par jour
- Une fois par jour
- Plusieurs fois par semaine
- Une fois par semaine
- Une fois par mois
- Moins d'une fois par mois

Q2 : Avec quel(s) support(s) utilisez-vous internet? (Plusieurs réponses possibles)

- Sur un ordinateur
- Sur une tablette
- Sur un téléphone portable (GSM)
- Sur une Smart TV
- Sur la playstation/ Xbox
- Autres

Q3 : Que faites-vous en ligne? (Plusieurs réponses possibles)

- Chercher des informations sur un moteur de recherche (Google, Yahoo)
- Gérer mes activités bancaires
- Discuter par messagerie instantanée (Messenger, WhatsApp)
- Chatter sur des forums

- Consulter/ envoyer des emails
- Aller sur les réseaux sociaux
- Revoir des émissions de TV
- Regarder des films/ séries à la demande (Netflix, Amazon Prime Video)
- Écouter de la musique
- Regarder des vidéos sur YouTube
- Rechercher des informations sur un produit/ service qui m'intéresse
- Acheter en ligne Vendre (MarketPlace, Ebay)
- Consulter des avis, notes, commentaires clients
- Autres

Q4 : Quels réseaux sociaux utilisez-vous?

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- YouTube
- Pinterest
- Snapchat
- LinkedIn
- Foursquare
- Babelio
- SensCritique
- Livreaddict
- Wattpad
- BlablaLivre
- WhatsApp
- Aucun
- Autres

Q5 : Veuillez préciser à quelle fréquence vous lisez les éléments suivants :

	Jamais	Rarement	Occasionnellement	Souvent	Très souvent
Des livres en format papier (romans, Bds,					

mangas, livres pratiques et de loisirs)					
Des livres en format numérique					
Des articles de presse en format papier (journaux)					
Des articles de presse en format numérique (l'essentille.lu, LeMonde.fr)					
Des magazines en format papier					
Des magazines en format numérique					
Des articles de blog					
Des commentaires clients (Amazon, etc.)					
Des forums					
Des posts sur les réseaux sociaux					

Q6 : Combien de livres lisez-vous en moyenne par an?

- Aucun
- 1 à 2
- 3 à 5
- 6 à 10
- 11 à 15
- Plus de 15

Q7 : Quel genre de livres lisez-vous? Classez les réponses selon la fréquence de lecture.

	Jamais	Rarement	Occasionnellement	Souvent	Très souvent
Livres pratiques, arts de vivre, loisir					
Romans policiers, Thrillers					
Livres d'histoire					
Livres jeunesse					
Autres romans que policier					
Bds					
Mangas					

Livres professionnels en rapport avec mon métier					
--	--	--	--	--	--

Q8 : Pourquoi lisez-vous? Veuillez classer les éléments par ordre d'importance. 1 signifiant très important.

- Recommandations en ligne (les conseils d'autres lecteurs, des critiques sur les blogs ou sur des sites comme Babelio)
- Désir ou besoin d'évasion
- Conseil d'un proche (amis, famille)
- Pour le travail, pour les études (améliorer mes connaissances)
- Pour le plaisir
- Parce que tous mes amis l'ont lu
- Autres

Q9 : Où vous procurez-vous habituellement vos livres? (Plusieurs réponses possibles)

- Dans une librairie
- Sur internet
- Dans une grande surface (supermarché, hypermarché)
- Dans un magasin de biens culturels (Fnac, Cultura, Saturn)
- En bibliothèque
- J'emprunte à un ami
- Autres

Q10 : Veuillez sélectionner les éléments importants pour vous concernant le choix d'un livre :

- L'auteur
- L'avis des autres
- Le format du livre (grand ou petit format)
- Le genre (fantastique, thriller, roman, classique, etc.)
- Le prix
- Le succès du livre (Best-Sellers, Top 10 des ventes en Librairie)
- Autres

Q11 : À quel moment de la journée lisez-vous? (Plusieurs réponses possibles)

- Matin

- Midi
- Après-midi
- Soir
- Nuit
- Autres

Q12 : Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes?

Je ne sais pas	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Moyennement d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
----------------	----------------------	--------------	----------------------	----------	----------------------

- Je préfère rechercher des informations sur internet que de demander à un vendeur dans un magasin
- Il m'arrive d'acheter un livre après avoir vu une photo/ un post de celui-ci sur les réseaux sociaux
- Les meilleurs livres sont mis en avant dans les librairies (top 10 du mois)
- Je préfère lire des avis sur un livre avant de le lire
- J'aime discuter des livres qui m'ont plu avec d'autres personnes
- Les chroniques littéraires sur les blogs sont plus complètes que les posts Facebook ou Instagram
- Je ne fais pas confiance aux recommandations faites sur internet
- J'aurais tendance à choisir un livre dont mes proches m'ont parlé
- Je consulte les notes attribuées par les autres lecteurs avant d'acheter un livre
- Les réseaux sociaux m'ont permis de découvrir des livres que je n'aurais jamais lus sans eux
- Si on parle d'un livre à la télé, il a plus de chance de me plaire
- Avant de lire un livre, j'aime bien rechercher des informations sur le livre
- Les avis des critiques littéraires professionnels sont plus pertinents que les avis d'autres personnes
- Les blogueurs sont une source d'inspiration pour moi
- Je fais confiance aux suggestions personnalisées que me propose internet quand je choisis un livre

Q13 : Dans quelle mesure êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes?

Je ne sais pas	Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Moyennement d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
----------------	----------------------	--------------	----------------------	----------	----------------------

- Je pense que les personnes qui publient régulièrement sur leur blog ou leurs réseaux sociaux sont des experts dans leur domaine
- Si mon expérience ou mes connaissances peuvent aider d'autres personnes, je n'hésite pas à les partager sur internet
- Je compare souvent les avis des internautes avant de faire mon choix
- Je suis heureux(se) de pouvoir à tout moment avoir accès à internet avec mon Smartphone
- Je ne peux pas me passer d'internet
- Pouvoir me connecter à tout moment et de n'importe où à internet me rassure
- Je préfère regarder une vidéo que de lire un article de blog sur le même sujet
- Je ne fais pas confiance à l'avis des personnes que je ne connais pas
- Quand je cherche des informations sur un livre, je veux tout de suite tout trouver (le prix, l'auteur, etc.), je n'aime pas perdre du temps à chercher
- J'ai parfois peur d'acheter un livre parce que je ne sais pas si il va me plaire
- Si mes amis n'ont pas aimé un livre, je suis certain de ne pas l'apprécier non plus
- Je lis parfois un livre parce que mes amis l'ont lu et je ne veux pas me sentir en dehors du groupe
- J'aime m'exprimer en ligne sur des sujets que je connais
- Internet m'a permis de faire partie d'une communauté en rapport avec ma passion (Bookstagram, un groupe sur Facebook, etc.)

Q14 : Sur une échelle de 1 à 10 (1 signifiant pas du tout adapté et 10 tout à fait adaptés), à combien jugeriez-vous les réseaux sociaux suivants adaptés pour partager votre avis/ commentaires sur vos lectures?

	Je ne	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
--	-------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

	sais pas										
Instagram											
Facebook											
Pinterest											
Twitter											
BlablaLivre											
Mon Blog											
SensCritique											
YouTube											
Wattpad											
Babelio											
Snapchat											
Livreaddict											

Q15 : Avez-vous personnellement un blog?

- Oui
- Non

Q16 : De quoi parlez-vous sur votre blog? (Plusieurs réponses possibles)

- Beauté (Maquillage)
- Mode
- Style de vie
- Livre
- Musique
- Photographie
- Films et séries
- Cuisine
- Mon métier
- Autres (précisez)

Q17 : Pourquoi bloguez-vous? Pourquoi tenez-vous un blog?

- Pour faire comme tout le monde
- Pour développer mon activité professionnelle
- Pour garder une trace
- Pour rencontrer/ discuter avec des personnes avec les mêmes passions
- Pour lier des amitiés
- Pour gagner de l'argent
- Pour m'exprimer
- Pour partager
- Pour créer
- Pour rester en contact avec mes proches
- Pour améliorer mon image
- Parce qu'on me l'a demandé
- Pour améliorer mes compétences
- Autres

Q18 : Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur le blog?

- Un pseudo
- Mon nom
- Les deux
- Un mélange de mon nom et de mon pseudo
- Plusieurs pseudos

Q19 : À quelle fréquence publiez-vous?

- Plusieurs fois par jour
- Une fois par jour
- Plusieurs fois par semaine
- Une fois par semaine

- Tous les mois
- Quelques fois par an
- Une fois par an
- Jamais

Q20 : La moyenne des visiteurs d'un blog est de 100 personnes par jour, êtes-vous au-dessus, en dessous ou dans la moyenne?

- Au dessus de 100 visiteurs par jour
- Dans la moyenne de 100 visiteurs par jour
- En dessous de 100 visiteurs par jour
- Je ne sais pas

Q21 : Que pensez-vous de ces affirmations?

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Moyennement d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
----------------------	--------------	----------------------	----------	----------------------

- Plus mes articles sont longs, plus ils sont de qualités
- Plus mes articles sont longs, plus les résultats seront bons
- Je pense avoir déjà influencé mes lecteurs à un comportement (Ex.: certains ont lu le livre après leur en avoir parlé)
- Publier souvent permet d'améliorer mes résultats (nombre de vues, nombre d'abonnés, nombre de partages)
- Moins mes articles sont longs, plus leur visibilité sur internet sera bonne
- Publier de manière régulière amène de meilleurs résultats (Ex.: je publie tous les lundis)
- Un article avec des photos, images ou vidéos aura de meilleurs résultats
- Je me sens parfois obligé de publier

Q22 : Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle?

- Oui, sur ma vie personnelle
- Oui, sur ma vie personnelle et professionnelle
- Non, aucun impact sur ma vie personnelle et professionnelle
- Non, mais il a un impact sur ma vie professionnelle
- Je ne sais pas

Q23 : Si la possibilité de gagner de l'argent ou de recevoir des avantages en nature vous était donnée en échange d'un article sur le blog ou les réseaux sociaux, accepteriez-vous?

- Oui
- Non
- Je ne sais pas

Q24 : Avez-vous des partenariats avec des entreprises ou autres? Sélectionnez les réponses qui vous correspondent.

Jamais	Rarement	Occasionnellement	Souvent	Très souvent
--------	----------	-------------------	---------	--------------

- Je reçois des produits/livres gratuitement en échange d'un article sur le blog
- Je reçois des produits/livres gratuitement en échange d'un article sur les réseaux sociaux
- Je reçois de l'argent en échange d'un article sur les réseaux sociaux
- Je reçois de l'argent en échange d'un article sur le blog

Q25 : Lisez-vous des articles de blog? Un article de blog est un post publié par un ou plusieurs auteur(s) sur un site personnel. Ils sont organisés en catégories et affichés dans l'ordre chronologique. Les visiteurs du blog peuvent ensuite commenter le contenu des articles.

Jamais	Rarement	Occasionnellement	Souvent	Très souvent
--------	----------	-------------------	---------	--------------

Q26 : Pourquoi ne lisez-vous jamais d'articles de blog?

- Je ne sais pas
- Je n'aime pas le format
- Je n'y comprends rien
- Je ne fais pas confiance
- Ça ne m'intéresse pas
- Autres (précisez)

Q27 : Quels genres d'articles lisez-vous sur les blogs?

- Beauté
- Mode
- Décoration
- DIY (Do It Yourself) / Bricolage
- Littéraire
- Voyages
- Cuisine
- Sorties/ événements
- Musique
- Cinéma
- Formation
- Trucs et astuces
- Autres (précisez)

Q28 : Que pensez-vous de cette affirmation : "Les blogs c'est du passé !"

Pas du tout d'accord	Pas d'accord	Moyennement d'accord	D'accord	Tout à fait d'accord
----------------------	--------------	----------------------	----------	----------------------

Pourquoi ?

Q29 : Que recherchez-vous en visitant un blog?

- Des conseils
- Un avis argumenté
- Un avis authentique
- Une personne avec les mêmes passions
- Des idées
- Apprendre des choses
- Discuter avec d'autres personnes
- Passer du bon temps
- Améliorer mes compétences
- Parler avec une personne qui s'y connaît dans son domaine
- Autres (précisez)

Q30 : Vous êtes?

- Un homme
- Une femme

Q31 : Quel âge avez-vous?

- Moins de 18 ans
- Entre 18 et 24 ans
- Entre 25 et 34 ans
- Entre 35 et 44 ans
- Entre 45 et 54 ans
- Entre 55 et 64 ans
- 65 ans et plus

Q32 : Que faites-vous dans la vie?

- Étudiant(e)
- Indépendant(e)
- Profession
- Libérale
- Cadre supérieur
- Cadre moyen

- Ouvrier
- Agriculteur
- Employé(e)
- Retraité(e)
- Sans emploi
- Autre

Q33 : D'où venez-vous?

- France
- Belgique
- Pays-Bas
- Allemagne
- Luxembourg
- Autres (précisez)

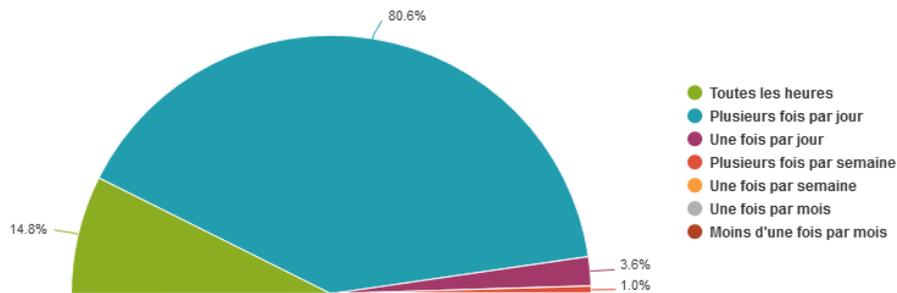
Désirez-vous participer au tirage au sort pour gagner un chèque cadeau d'une valeur de 15 euros sur Amazon? Si oui, ajoutez votre adresse email ci-dessous.

## Annexe 6 : Résultats de l'enquête qualitative

*Figure 7.4 : « A quelle fréquence surfez-vous sur internet ? », n=722*

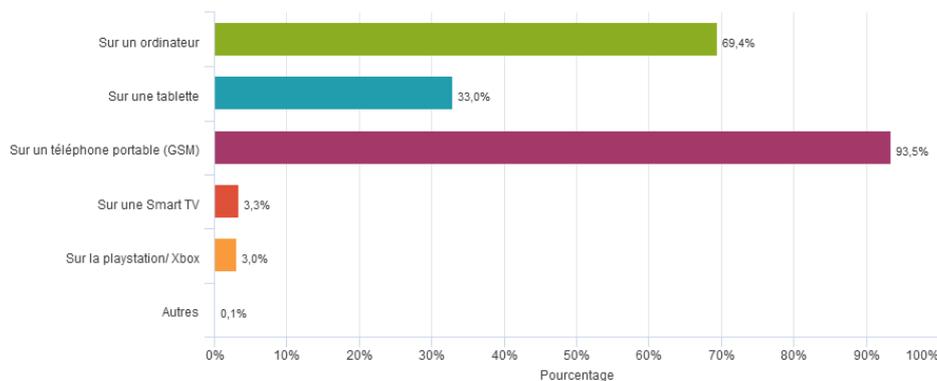
Commentaire : 80% des répondants utilisent plusieurs fois par jour et 14.8% d'entre eux surfent toutes les heures sur internet.

Réponses effectives : 722 Taux de réponse : 100,0% Moyenne : 1,9 Écart-type : 0,5



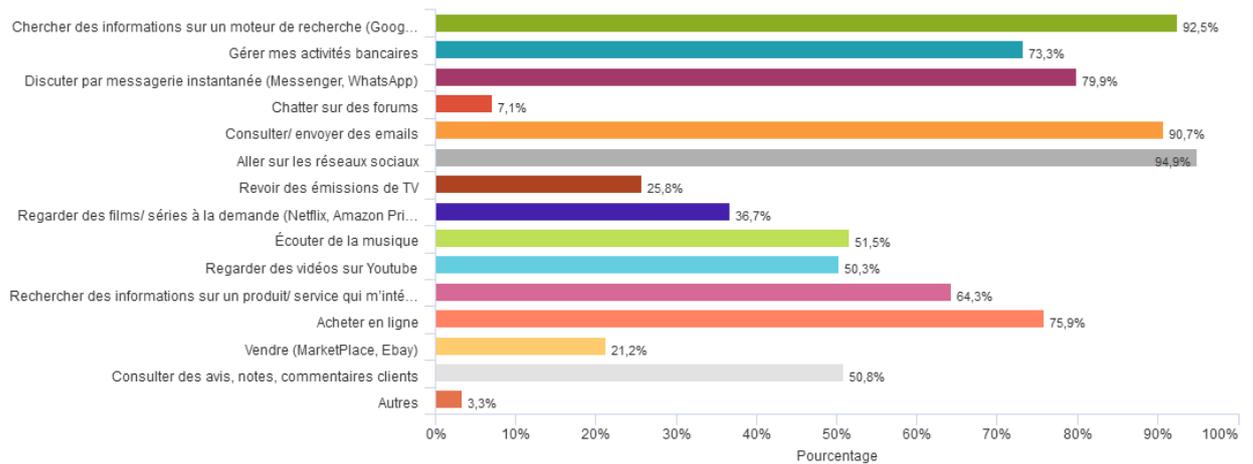
*Figure 7.5 : « Avec quel(s) support(s) utilisez-vous internet ? », n=722*

Commentaire : les internautes surfent par l'intermédiaire de leur smartphone (93.5%), ordinateur (69.4%) et tablette (33%). Les autres supports ne sont que peu utilisés.



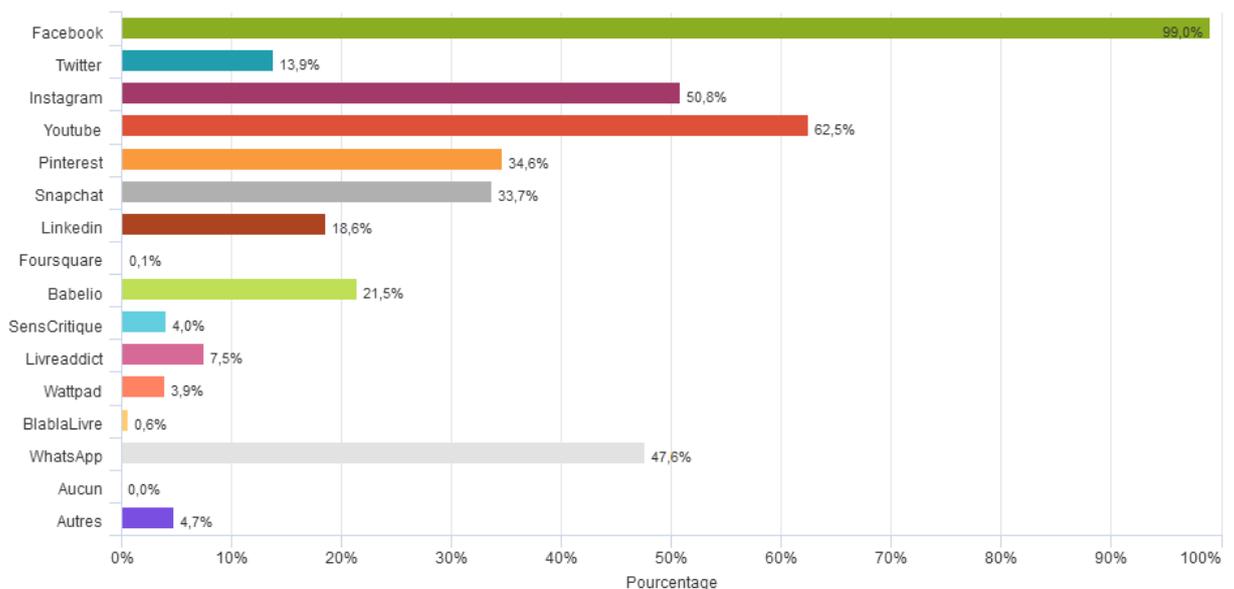
*Figure 7.6 : « Que faites-vous en ligne ? », n=722*

Commentaire : Les principales activités en ligne sont aller sur les réseaux sociaux pour 94% des répondants, Chercher des informations sur un moteur de recherche (92%) et consulter ses emails (90%).



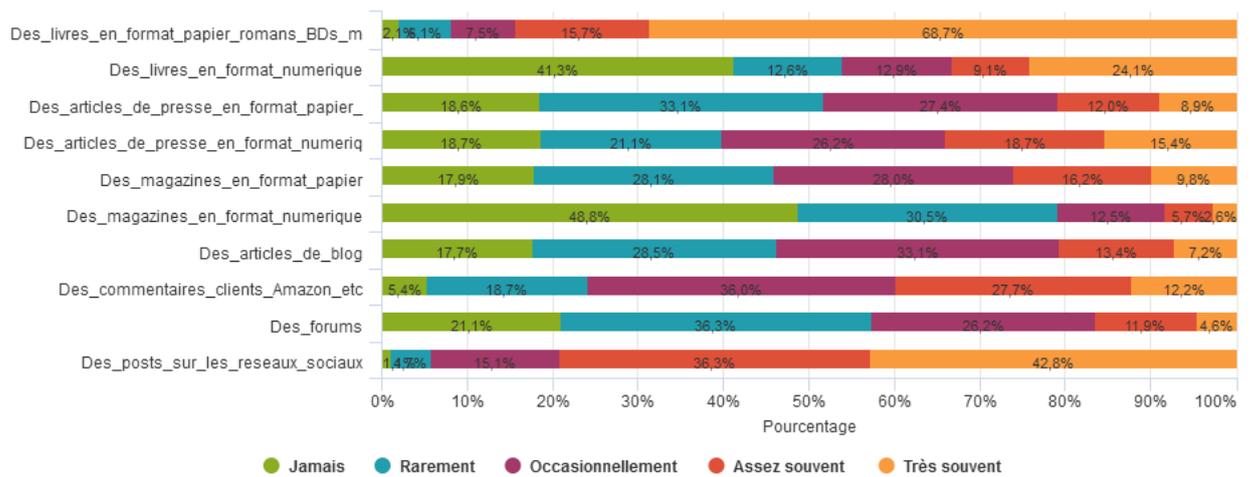
*Figure 7.7 : « Quels réseaux sociaux utilisez-vous ? », n=722)*

Commentaire : Ils utilisent particulièrement Facebook (99%), YouTube (62%) et Instagram (50%).



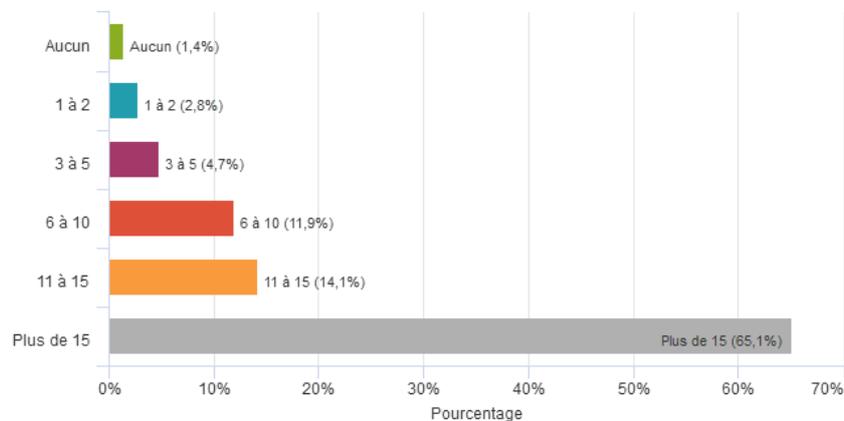
*Figure 7.8 : « Veuillez préciser à quelle fréquence vous lisez les éléments suivants », n=722)*

Commentaire : Les livres en formats papier sont les principaux éléments lus avec 68% des répondants disant les lire très souvent. Les posts sur les réseaux sociaux sont également consommés souvent. Les livres en format numérique sont moins appréciés que les livres papier.



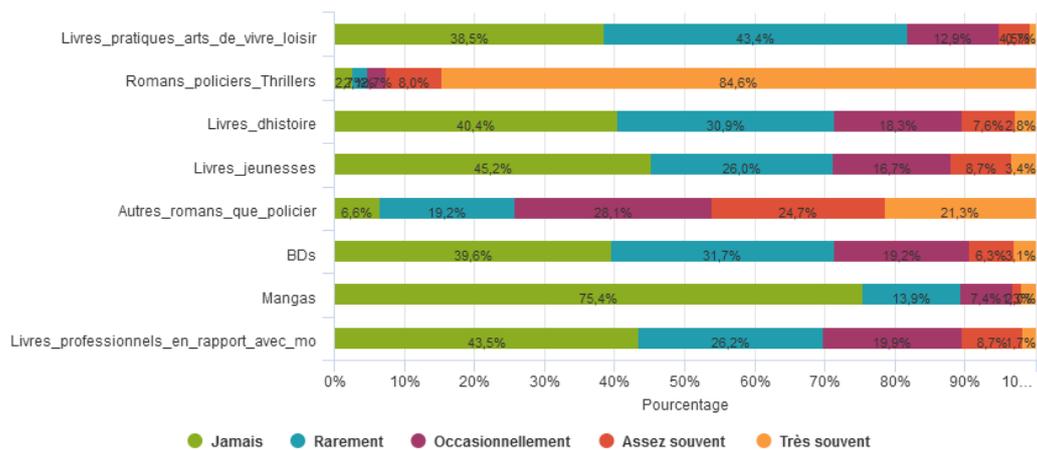
*Figure 7.9 : « Combien de livres lisez-vous en moyenne par an? », n=722*

Commentaire : 1.4% des répondants ne lisent aucun livre. A contrario, 65% lisent plus de 15 livres par an.



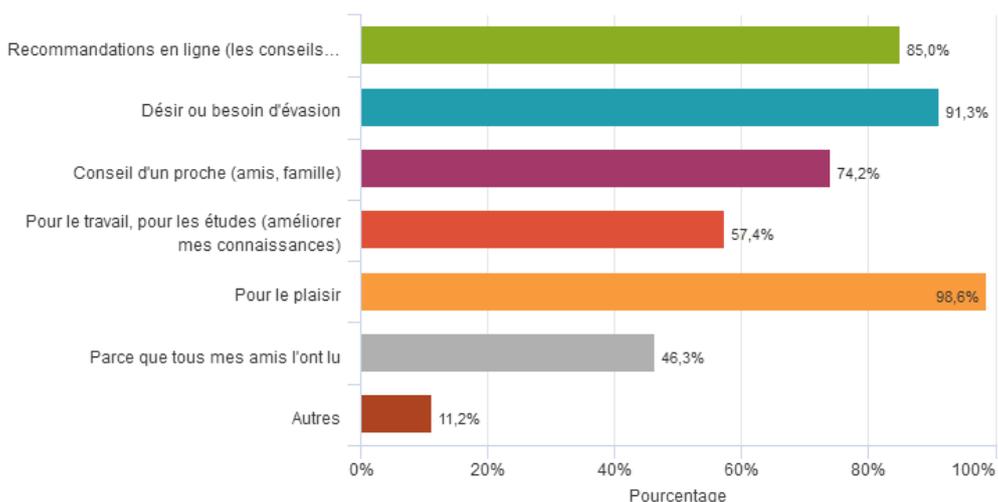
*Figure 7.10 : « Quel genre de livres lisez-vous? Classez les réponses selon la fréquence de lecture », n=712*

Commentaire : Le genre préféré des répondants est le genre policier, thriller. Suivi des romans autres que policiers.



*Figure 7.11 : « Pourquoi lisez-vous? Veuillez classer les éléments par ordre d'importance. 1 signifiant très important. », n=712*

Commentaire : Les raisons de lire sont le plaisir (98%), le désir d'évasion (91%) et les recommandations en ligne (85%).



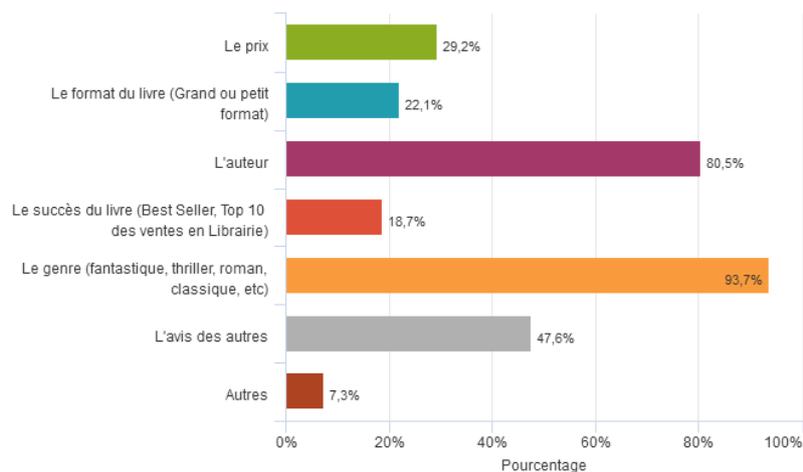
*Figure 7.12 : « Où vous procurez-vous habituellement vos livres? (Plusieurs réponses possibles) », n=712*

Commentaire : Les lecteurs se procurent leur livre principalement sur internet, dans une librairie et dans un magasin de biens culturels.



*Figure 7.13 : « Veuillez sélectionner les éléments importants pour vous concernant le choix d'un livre », n=712*

Commentaire : Les principaux vecteur de choix sont le genre, l'auteur et l'avis des autres.



*Figure 7.14: « À quel moment de la journée lisez-vous? (Plusieurs réponses possibles) », n=712*

Commentaire : Les lecteurs préfèrent lire le soir (96%).

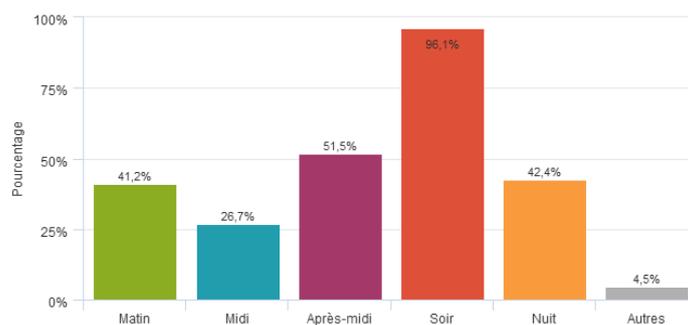


Figure 7.15 : « J'aurais tendance à choisir un livre dont mes proches m'ont parlé », n= 720

Commentaire : 10% sont tout à fait d'accord pour dire qu'ils ont tendance à choisir un livre dont l'un de leurs proches leur a parlé, 38 sont d'accord et 31% sont moyennement d'accord.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 4,3 Écart-type : 1,1

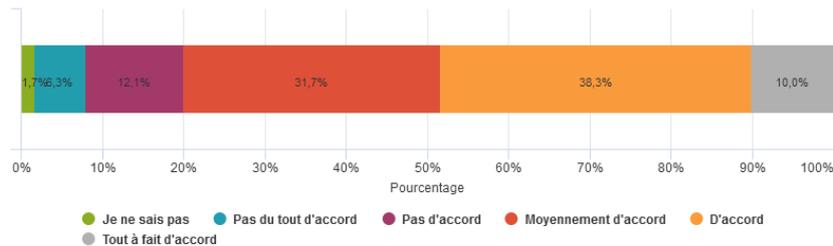


Figure 7.16 : « Les meilleurs livres sont mis en avant dans les librairies (top 10 du mois) », n=720

Commentaire : La majorité des répondants sont d'accord pour dire que les meilleurs livres sont mis en avant dans les librairies et 31% ne sont pas d'accord.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 3,6 Écart-type : 1,3

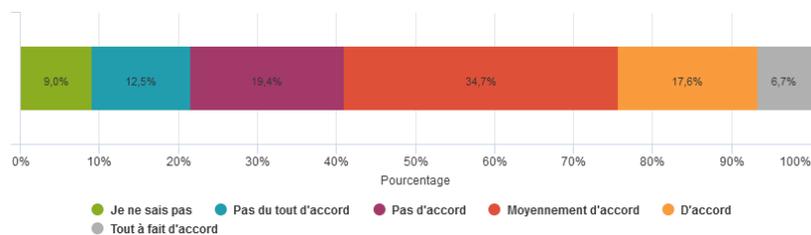
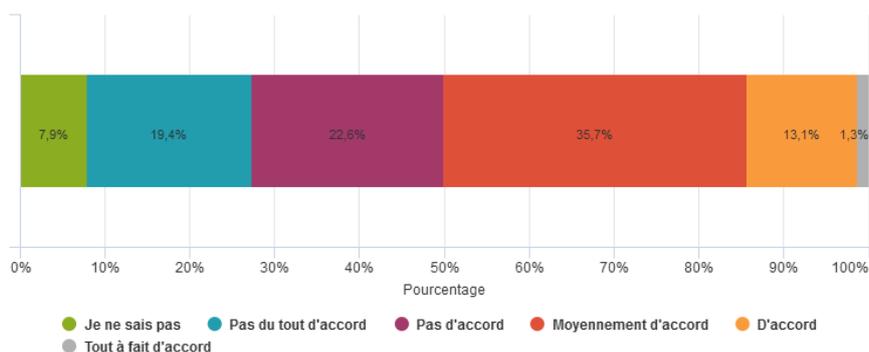


Figure 7.17 : « Je fais confiance aux suggestions personnalisées que me propose internet quand je choisis un livre », n=720

Commentaire : Près de 50% des répondants font confiance aux suggestions personnalisées que propose internet.

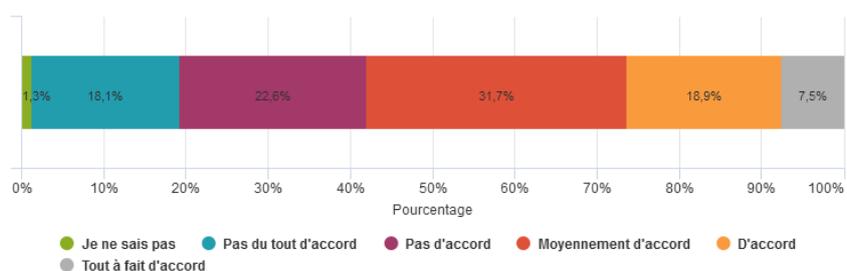
Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 3,3 Écart-type : 1,2



*Figure 7.18 : « Je préfère lire des avis sur un livre avant de le lire », n=720*

Commentaire : Lire des avis avant de lire un livre est important pour plus de la moitié des répondants. Parmi eux 31% trouve cela moyennement important.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 3,7 Écart-type : 1,2



*Figure 7.19 : « Je consulte les notes attribuées par les autres lecteurs avant d'acheter un livre », n= 720*

Commentaire : 6.4% sont tout à fait d'accord avec l'affirmation, 21% sont d'accord et 31% sont moyennement d'accord.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 3,7 Écart-type : 1,2

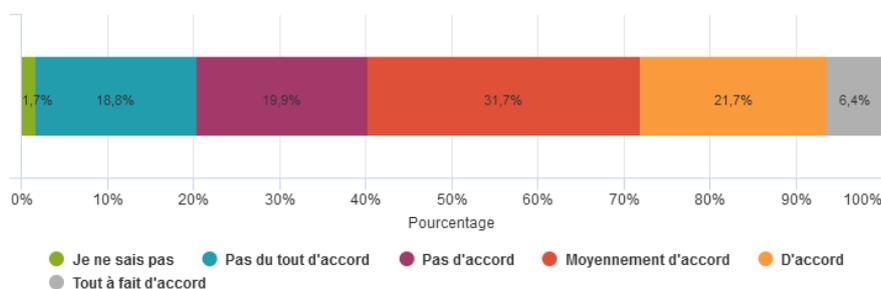


Figure 7.20 : « Les blogueurs sont une source d'inspiration pour moi », n= 720

Commentaire : La moitié des répondants sont d'accord pour dire que les blogueurs sont une source d'inspiration pour eux.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 3,5 Écart-type : 1,4

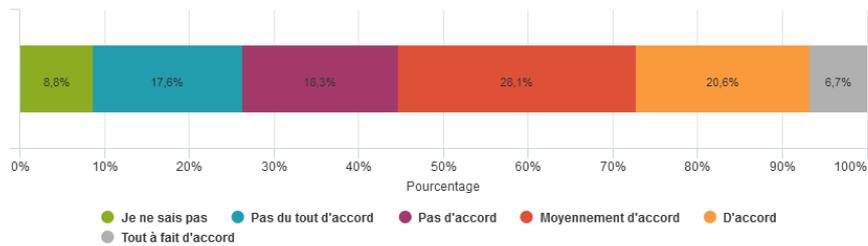


Figure 7.21 : « Je ne fais pas confiance aux recommandations faites sur internet », n= 720

Commentaire : 56% ne sont pas d'accord avec l'affirmation. Les internautes font confiance aux recommandations faites sur internet.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 3,2 Écart-type : 1,0

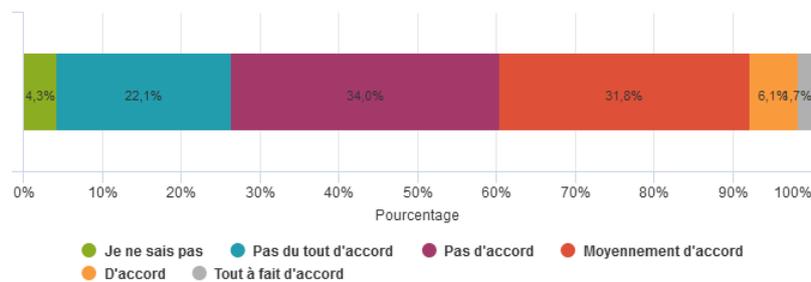
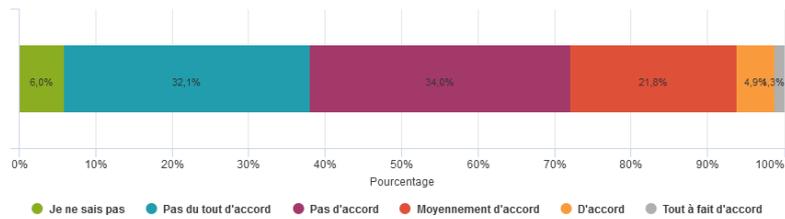


Figure 7.22 : « Les avis des critiques littéraires professionnels sont plus pertinents que les avis d'autres personnes », n=720

Commentaire : 66% ne sont pas d'accord pour dire que les avis des critiques littéraires professionnels sont plus pertinents que les avis d'autres personnes.

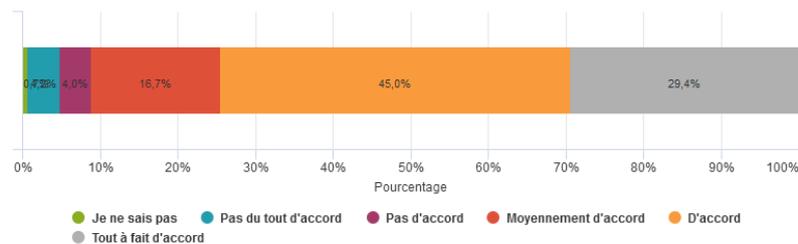
Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 2,9 Écart-type : 1,0



*Figure 7.23 : « Il m'arrive d'acheter un livre après avoir vu une photo/ un post de celui-ci sur les réseaux sociaux », n= 720*

Commentaire : 29% sont tout à fait d'accord pour dire qu'ils ont déjà acheté un livre après avoir vu un post ou une photo sur les réseaux sociaux, 45% sont d'accord et 16% moyennement d'accord.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 4,9 Écart-type : 1,0



*Figure 7.24 : « Je préfère rechercher des informations sur internet que de demander à un vendeur dans un magasin », n=720*

Commentaire : 57% préfèrent rechercher en ligne des informations que de demander à un vendeur par exemple.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 3,8 Écart-type : 1,3

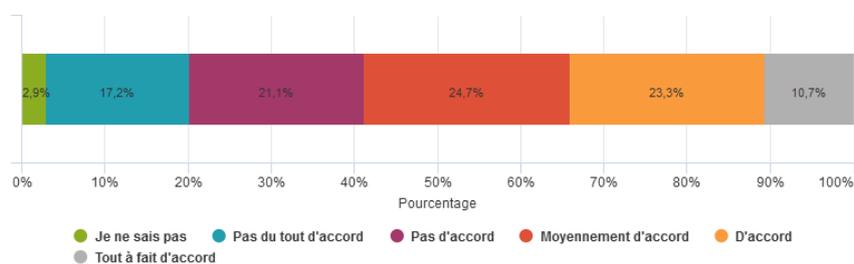


Figure 7.25 : « Avant de lire un livre, j'aime bien rechercher des informations sur le livre », n=720

Commentaire : 13% sont tout à fait d'accord pour dire qu'il recherche des informations avant de lire un livre. 26% sont d'accord et 26% moyennement d'accord.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 4,0 Écart-type : 1,3

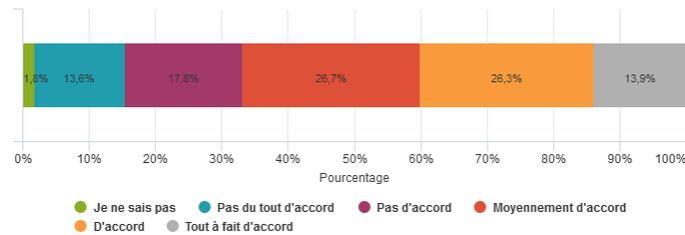


Figure 7.26 : « Les chroniques littéraires sur les blogs sont plus complètes que les postes Facebook ou Instagram », n=720

Commentaire : 28% des répondants ne savent pas si les chroniques littéraires sur les blogs sont plus complètes que les postes Facebook ou Instagram. Par contre, 24% sont moyennement d'accord, 15% sont d'accord et 4% sont tout à fait d'accord.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 3,0 Écart-type : 1,6

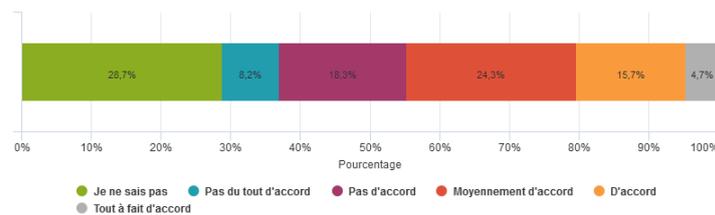
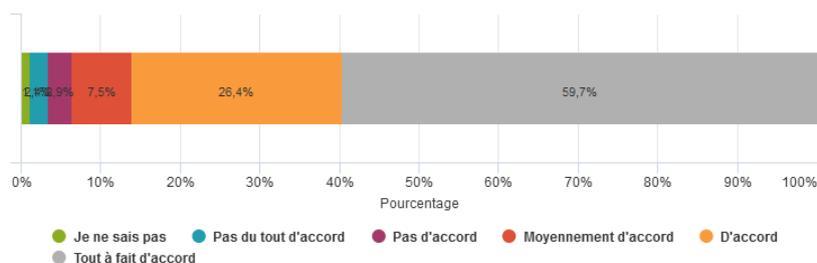


Figure 7.27 : « Les réseaux sociaux m'ont permis de découvrir des livres que je n'aurais jamais lu sans eux », n= 720

Commentaire : Les réseaux sociaux sont une source de découverte pour l'immense majorité des répondants.

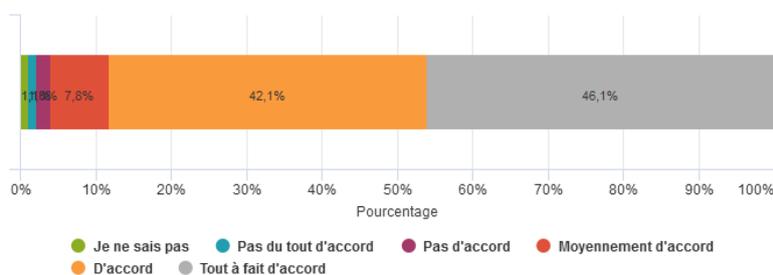
Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 5,3 Écart-type : 1,0



*Figure 7.28 : « J'aime discuter des livres qui m'ont plu avec d'autres personnes », n=720*

Commentaire : 88% des répondants aiment discuter des livres qui leur ont plu avec d'autres personnes.

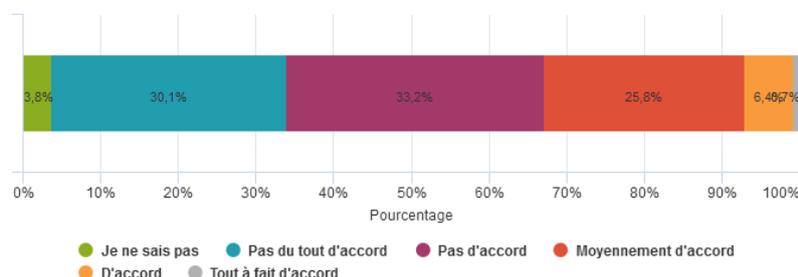
Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 5,3 Écart-type : 0,9



*Figure 7.29 : « Si on parle d'un livre à la télé, il a plus de chance de me plaire », n=720*

Commentaire : Les répondants (63%) ne sont pas influencés par la télévision dans leur choix littéraire.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 3,0 Écart-type : 1,0



*Figure 7.30 : « Quand je cherche des informations sur un livre, je veux tout de suite tout trouver (le prix, l'auteur, etc.), je n'aime pas perdre du temps à chercher », n= 720*

Commentaire : Les internautes veulent trouver rapidement les informations qu'ils recherchent sur un livre.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 4,2 Écart-type : 1,3

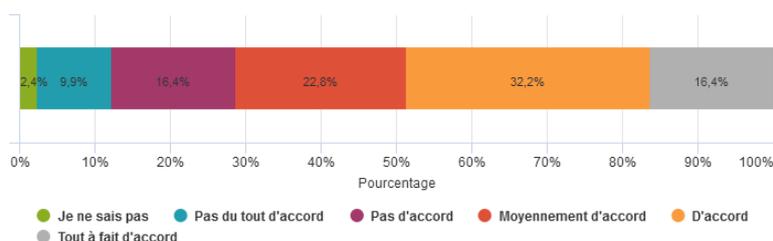


Figure 7.31 : « Si mes amis n'ont pas aimé un livre, je suis certain de ne pas l'apprécier non plus », n=720

Commentaire : Les lecteurs ne se disent pas influencés au point de croire qu'un livre ne leur plaira pas d'office si un de leur ami n'a pas aimé le livre.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 2,5 Écart-type : 0,7

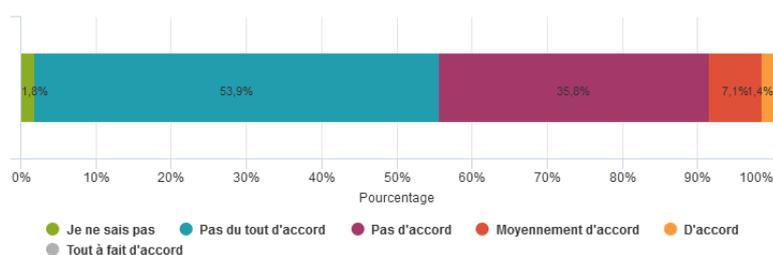


Figure 7.32 : « Je ne fais pas confiance à l'avis des personnes que je ne connais pas », n=720

Commentaire : La majorité fait confiance à l'avis des personnes qu'ils ne connaissent pas.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 2,9 Écart-type : 0,9

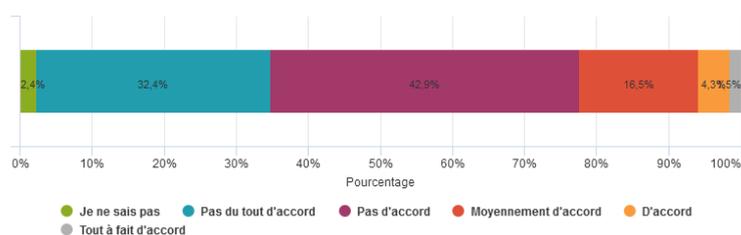
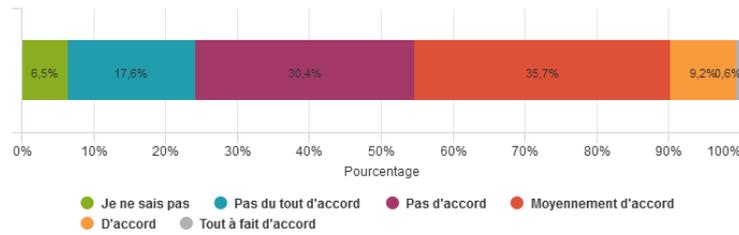


Figure 7.33 : « Je pense que les personnes qui publient régulièrement sur leur blog ou leurs réseaux sociaux sont des experts dans leur domaine », n= 720

Commentaire : Les avis sont mitigés sur ce sujet.

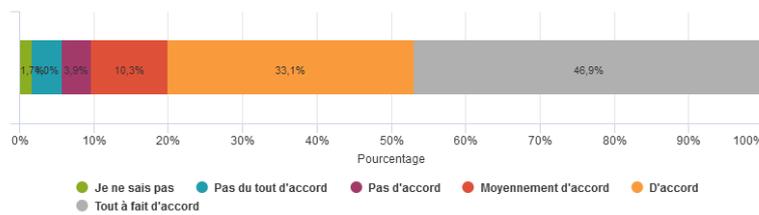
Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 3,3 Écart-type : 1,1



*Figure 7.34 : « Internet m'a permis de faire partie d'une communauté en rapport avec ma passion (Bookstagram, un groupe sur Facebook, etc.) », n= 718*

Commentaire : 79% des répondants sont d'accord pour dire qu'internet leur a permis de faire partie d'une communauté en rapport avec leur passion.

Réponses effectives : 718 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 5,1 Écart-type : 1,2



*Figure 7.35 : « Je ne peux pas me passer d'internet », n= 720*

Commentaire : 77% ne peuvent pas se passer d'internet.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 4,5 Écart-type : 1,3

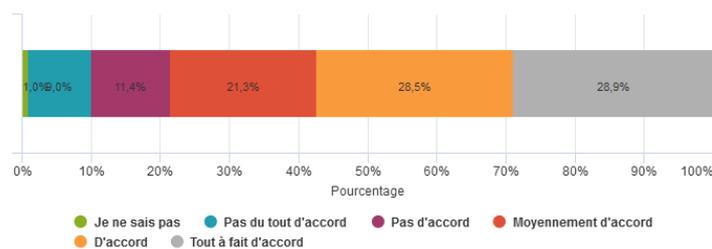


Figure 7.36 : « Je suis heureux(se) de pouvoir à tout moment avoir accès à internet avec mon Smartphone », n=720

Commentaire : 39% des répondants sont tout à fait d'accord pour dire qu'ils sont heureux d'avoir accès à internet à tout moment avec leur smartphone. 35% sont d'accord et 15% moyennement d'accord.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 5,0 Écart-type : 1,1

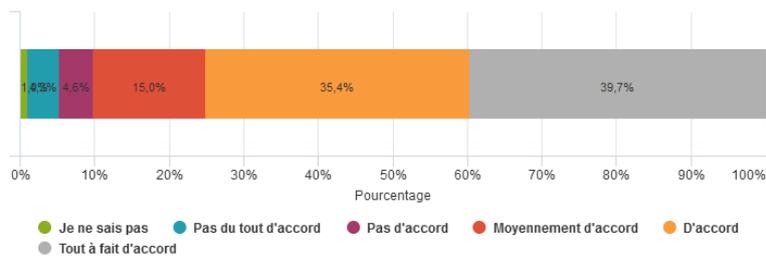


Figure 7.37 : « J'aime m'exprimer en ligne sur des sujets que je connais », n=720

Commentaire : 33% sont d'accord avec l'affirmation et 30% sont moyennement d'accord.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 3,8 Écart-type : 1,3

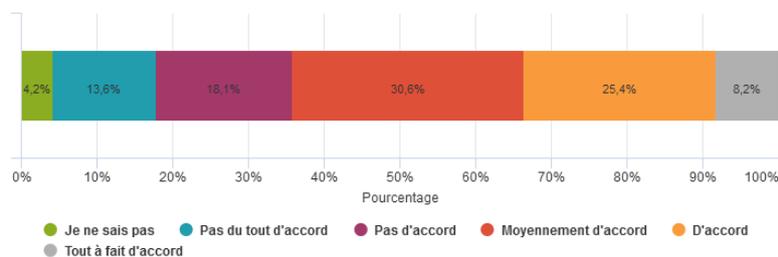
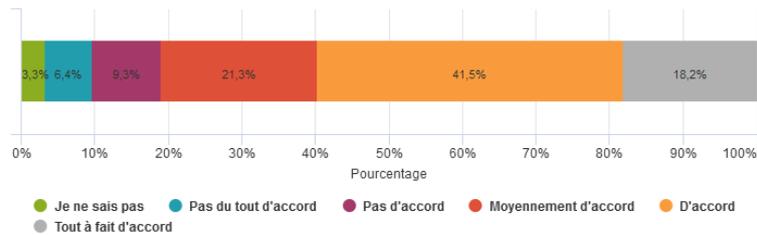


Figure 7.38 : « Si mon expérience ou mes connaissances peuvent aider d'autres personnes, je n'hésite pas à les partager sur internet », n=720

Commentaire : Les répondants partagent volontiers leur expérience et leur connaissance si elles peuvent aider d'autres personnes.

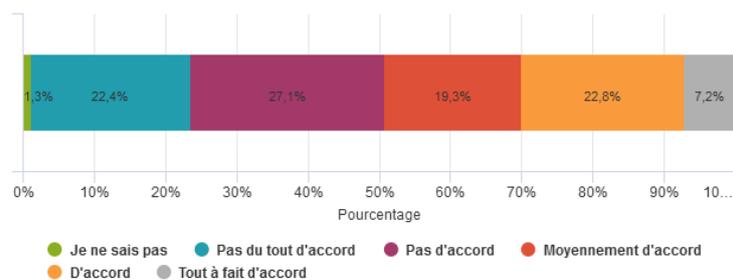
Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 4,5 Écart-type : 1,3



*Figure 7.39 : « J'ai parfois peur d'acheter un livre parce que je ne sais pas si il va me plaire », n=720*

Commentaire : L'avis est mitigé à plus ou moins 50% La moitié ont peur d'acheter un livre parce qu'ils ne savent pas si il va leur plaire.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 3,6 Écart-type : 1,3



*Figure 7.40 : « Je préfère regarder une vidéo que de lire un article de blog sur le même sujet », n= 720*

Commentaire : La grande majorité ne préfère pas regarder une vidéo que de lire un article sur le même sujet.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 2,7 Écart-type : 1,1

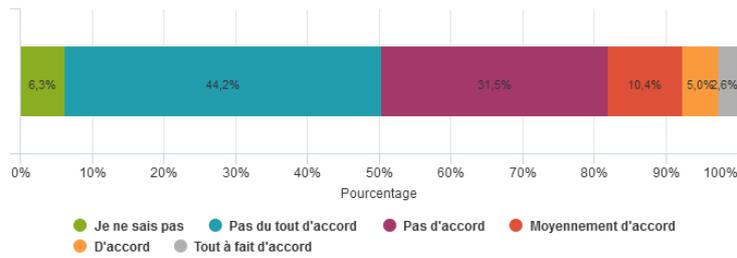


Figure 7.41 : « Je compare souvent les avis des internautes avant de faire mon choix », n=720

Commentaire : 25% comparent souvent les avis des internautes avant de faire un choix. 29% disent être moyennement d'accord pour affirmer comparer les avis avant de faire un choix et 42% ne sont pas d'accord.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 3,6 Écart-type : 1,2

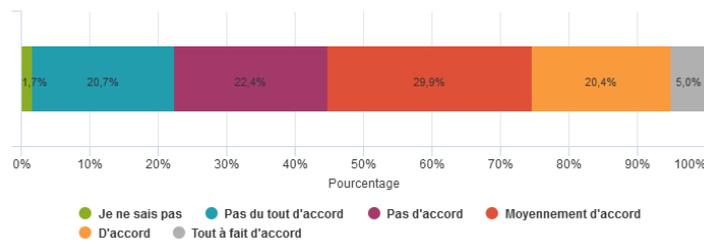


Figure 7.42 : « Je lis parfois un livre parce que mes amis l'ont lu et je ne veux pas me sentir en dehors du groupe », n=720

Commentaire : Les répondants ne lisent pas pour se sentir intégrés dans un groupe. L'immense majorité dit ne pas être d'accord de lire parce que leurs amis ont lu le livre et qu'ils ne souhaitent pas se sentir en dehors du groupe.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 2,5 Écart-type : 0,8

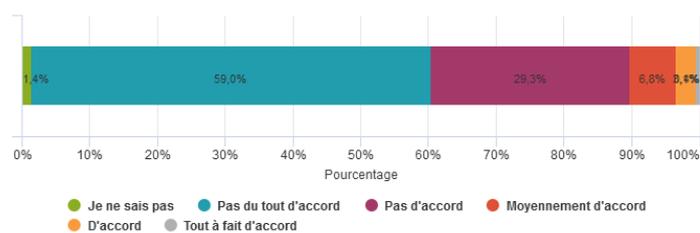


Figure 7.43 : « Pouvoir me connecter à tout moment et de n'importe où à internet me rassure », n=720

Commentaire : Les internautes sont rassurés de pouvoir se connecter à tout moment et de n'importe où à internet. 15% sont tout à fait d'accord ; 25% sont d'accord et 24% sont moyennement d'accord.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 4,0 Écart-type : 1,4

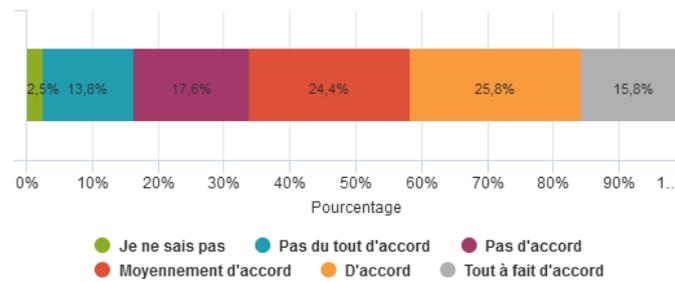


Figure 7.44 : « Je compare souvent les avis des internautes avant de faire mon choix », n=720

Commentaire : La majorité compare souvent les avis des internautes avant de choisir.

Réponses effectives : 720 Taux de réponse : 99,7% Moyenne : 3,6 Écart-type : 1,2

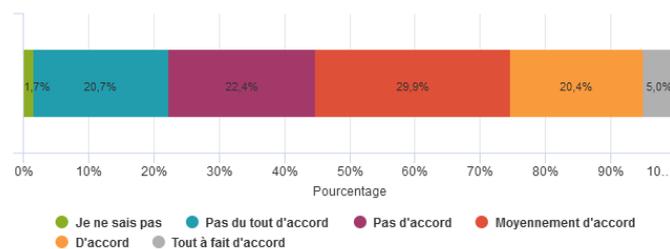


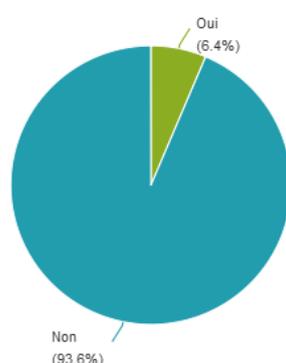
Figure 7.45 : « Sur une échelle de 1 à 10 (1 signifiant pas du tout adapté et 10 tout à fait adaptés), à combien jugeriez-vous les réseaux sociaux suivants adaptés pour partager votre avis/ commentaires sur vos lectures? », n= 722

Commentaire : Pour analyser correctement cette question, nous avons dû calculer la moyenne des classements en retirant les réponses « Je ne sais pas ». Le classement nous démontre que Babelio est le réseau social le mieux adapté pour parler de ses lectures, avec Facebook, Livreaddict et le blog.

1	Babelio	7,91930836	7	Wattpad	5,69892473
2	Facebook	7,79545455	8	Instagram	5,47088608
3	Livreaddict	7,69101124	9	YouTube	5,2283105
4	Mon Blog	7,24117647	10	Twitter	4,33196721
5	SensCritique	7,06993007	11	Pinterest	4,2192691
6	BlablaLivre	6,81818182	12	Snapchat	2,590625

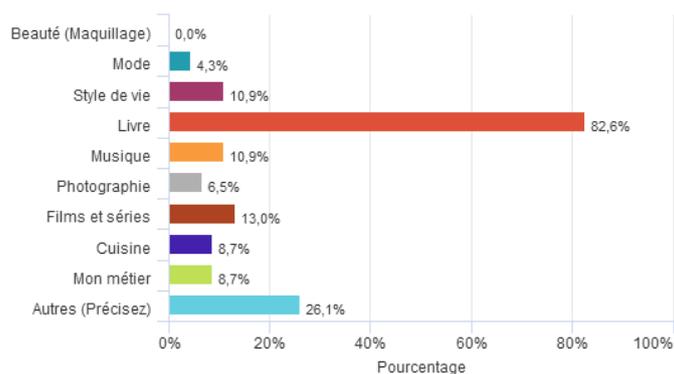
*Figure 7.46 : « Avez-vous personnellement un blog? », n=722*

Commentaire : 46 personnes de notre échantillon ont un blog.



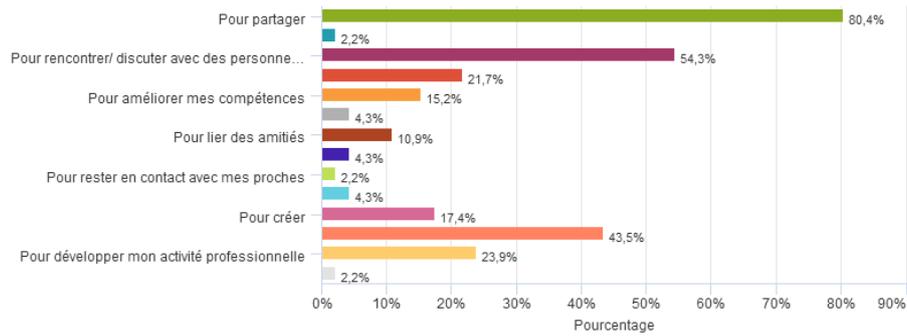
*Figure 7.47 : « De quoi parlez-vous sur votre blog? (Plusieurs réponses possibles) », n=46*

Commentaire : Les blogueurs parlent principalement de livre (82%), de films et séries (13%), de musique (10.9%) et de mode (10.9%).



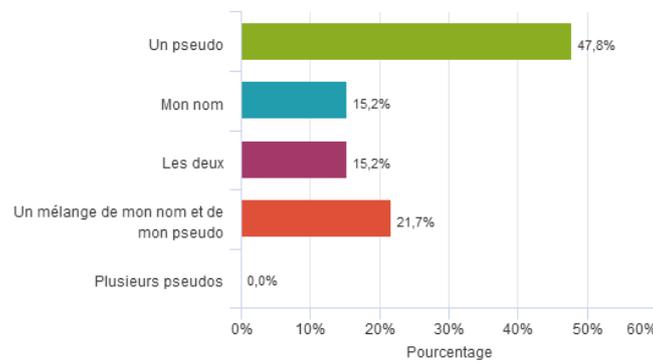
*Figure 7.48 : « Pourquoi bloguez-vous? Pourquoi tenez-vous un blog? », n= 46*

Commentaire : Les blogueurs bloguent pour partager principalement (80%), de rencontrer des personnes avec les mêmes passions (54%) et pour s'exprimer (43%).



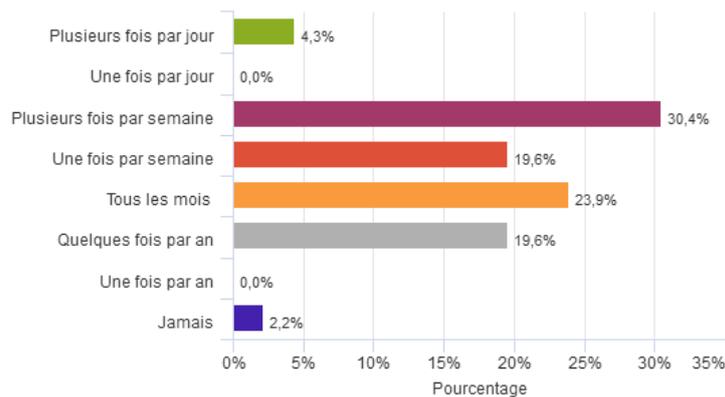
*Figure 7.49 : « Utilisez-vous un pseudo ou votre vrai nom sur le blog? », n= 46*

Commentaire : Ils utilisent majoritairement un pseudo (47%) ou un mélange des deux (21%).



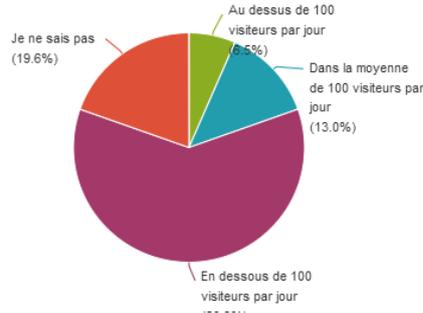
*Figure 7.50 : « À quelle fréquence publiez-vous? », n= 46*

Commentaire :



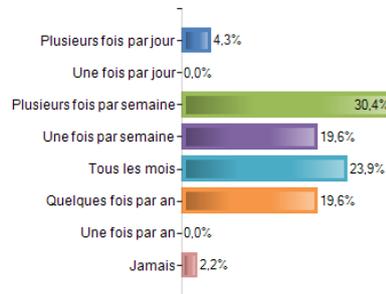
*Figure 7.51 : « La moyenne des visiteurs d'un blog est de 100 personnes par jour, êtes-vous au-dessus, en dessous ou dans la moyenne? », n=46*

Commentaire : La majorité des blogs obtiennent moins de 100 visiteurs par jour.



*Figure 7.52 : « A quelle fréquence publiez-vous ? », n=46*

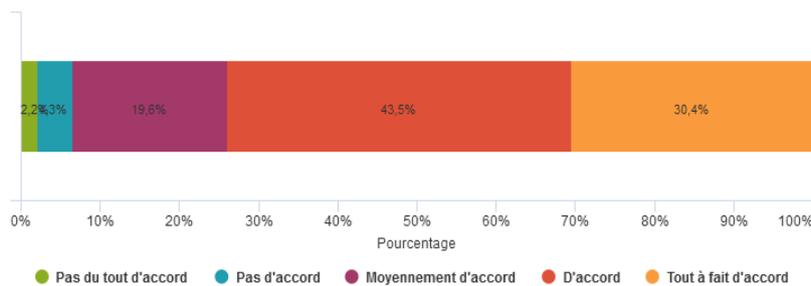
Commentaire : Ils publient pour 30% d'entre eux plusieurs fois par semaine, 23% publient tous les mois. Et 4.3% publient plusieurs fois par jour.



*Figure 7.53 : « Publier souvent permet d'améliorer mes résultats (nombre de vues, nombre d'abonnés, nombre de partages) », n=46*

Commentaire : Ils sont pour l'immense majorité d'accord pour dire que publier souvent améliore les résultats.

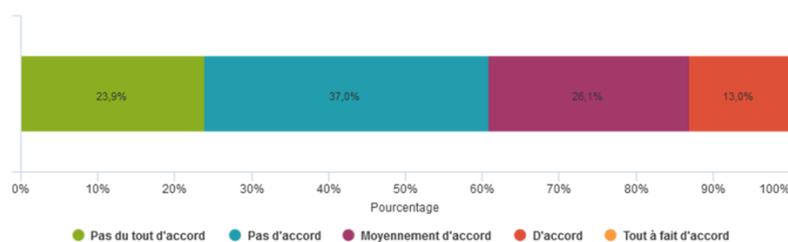
Réponses effectives : 46    Taux de réponse : 100,0%    Moyenne : 4,0    Écart-type : 0,9



*Figure 7.54 : « Plus mes articles sont longs, plus ils sont de qualités », n=46*

Commentaire : 60% des répondants ne sont pas d'accord pour dire que la longueur des articles impacte la qualité de l'article.

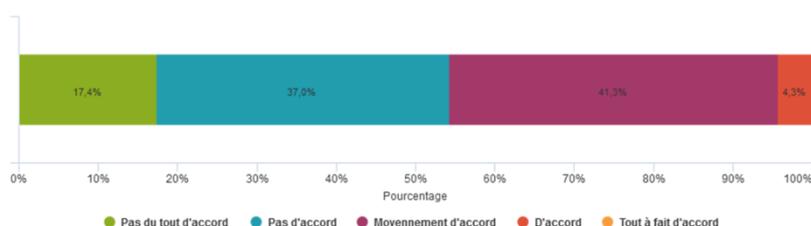
Réponses effectives : 46 Taux de réponse : 100,0% Moyenne : 2,3 Écart-type : 1,0



*Figure 7.55 : « Plus mes articles sont longs, plus les résultats seront bons », n= 46*

Commentaire : 54% ne sont pas d'accord avec cette affirmation et 41% sont moyennement d'accord. Les résultats ne sont d'après les répondants pas lié à la longueur de l'article.

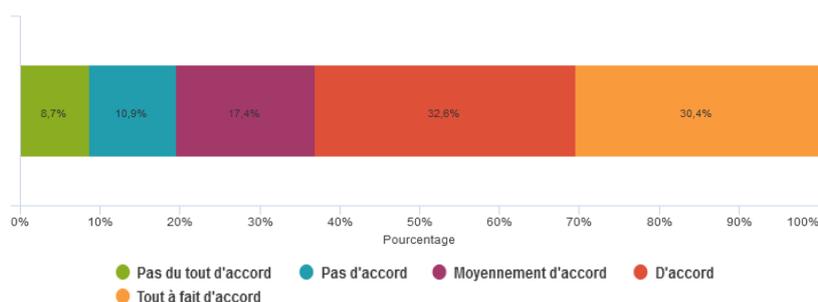
Réponses effectives : 46 Taux de réponse : 100,0% Moyenne : 2,3 Écart-type : 0,8



*Figure 7.56 : « Publier de manière régulière amène de meilleurs résultats (Ex.: je publie tous les lundis) », n=46*

Commentaire : 30% sont tout à fait d'accord pour dire que publier de manière régulière amène de meilleurs résultats, 32% sont d'accord et 17% sont moyennement d'accord.

Réponses effectives : 46 Taux de réponse : 100,0% Moyenne : 3,7 Écart-type : 1,3



*Figure 7.57 : « Je me sens parfois obligé de publier », n=46*

Commentaire : 63% ne se sentent pas obligé de publier et 21% sont d'accord.

Réponses effectives : 46 Taux de réponse : 100,0% Moyenne : 2,3 Écart-type : 1,3

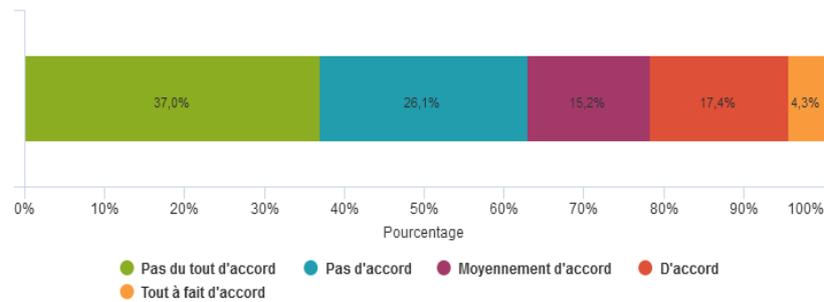


Figure 7.58 : Je pense avoir déjà influencé mes lecteurs à un comportement (Ex.: certains ont lu le livre après leur en avoir parlé), n=46

Commentaire : L'immense majorité pense avoir déjà influencé l'un de ses lecteurs à un comportement.

Réponses effectives : 46      Taux de réponse : 100,0%      Moyenne : 3,7      Écart-type : 0,9

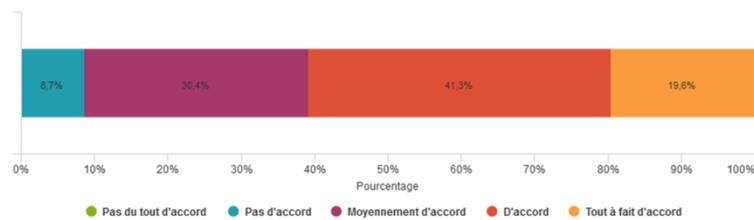


Figure 7.59 : « Un article avec des photos, images ou vidéos aura de meilleurs résultats », n=46

Commentaire : Uniquement 2% des répondants ne sont pas d'accord pour dire que des articles avec des photos, images ou vidéos ont de meilleurs résultats.

Réponses effectives : 46      Taux de réponse : 100,0%      Moyenne : 4,3      Écart-type : 0,8

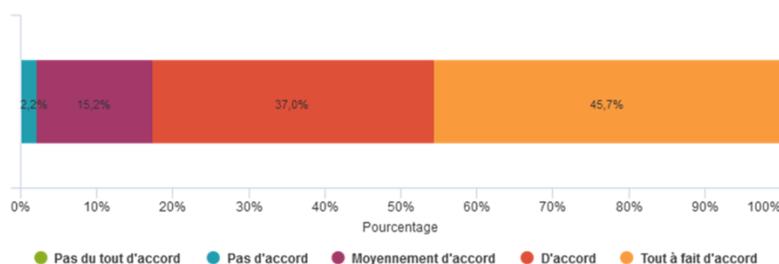


Figure 7.60 : « Moins mes articles sont longs, plus leur visibilité sur internet sera bonne », n=46

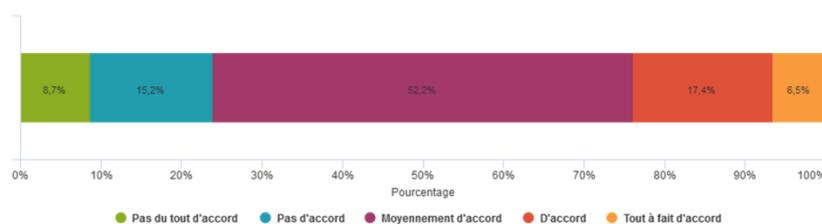
Commentaire : En général, les blogueurs pensent qu'un article court obtient une meilleure visibilité sur internet.

Réponses effectives : 46

Taux de réponse : 100,0%

Moyenne : 3,0

Écart-type : 1,0



*Figure 7.61 : « Votre blog a-t-il un impact sur votre vie personnelle », n=46*

Commentaire : 26% pensent que le blog a un impact sur la vie personnelle du blogueur, 21% sur la vie personnelle et professionnelle, 30.4% pensent qu'il n'a pas d'impact et 4.3% pensent qu'il a un impact sur leur vie professionnelle uniquement.

Réponses effectives : 46

Taux de réponse : 100,0%

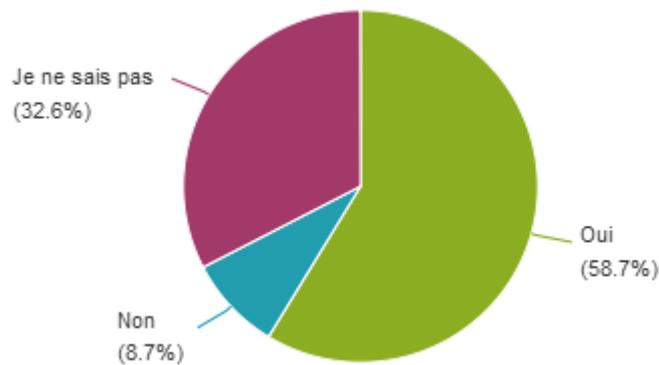
Moyenne : 2,7

Écart-type : 1,4



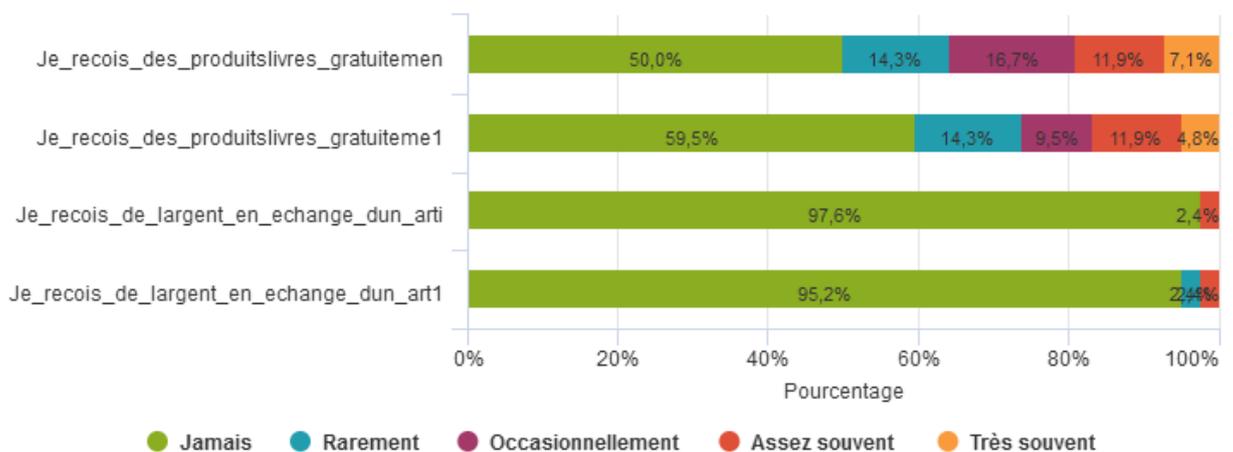
*Figure 7.62 : « Si la possibilité de gagner de l'argent ou de recevoir des avantages en nature vous était donnée en échange d'un article sur le blog ou les réseaux sociaux, accepteriez-vous? », n=46*

Commentaire : La majorité accepterait de gagner de l'argent ou de recevoir des avantages en nature en échange d'un article sur le blog et 32% ne savent pas.



*Figure 7.63 : « Avez-vous des partenariats avec des entreprises ou autres? Sélectionnez les réponses qui vous correspondent. », n=46*

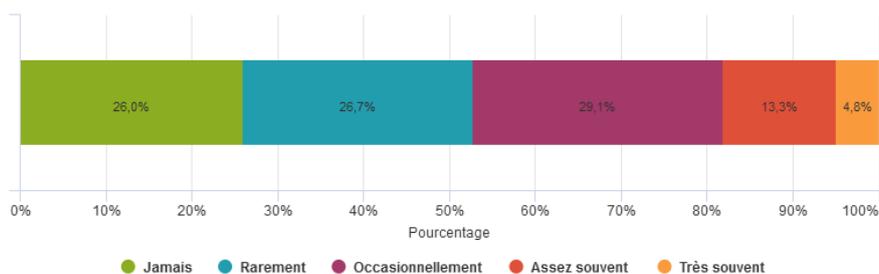
Commentaire : 50% des répondants reçoivent rarement à souvent des produits en échange d'un article sur le blog et 40% sur les réseaux sociaux. Ils sont 97% à ne pas recevoir d'argent pour un article sur le blog et 95% sur les réseaux sociaux.



*Figure 7.64 : « Lisez-vous des articles de blog? », n=722*

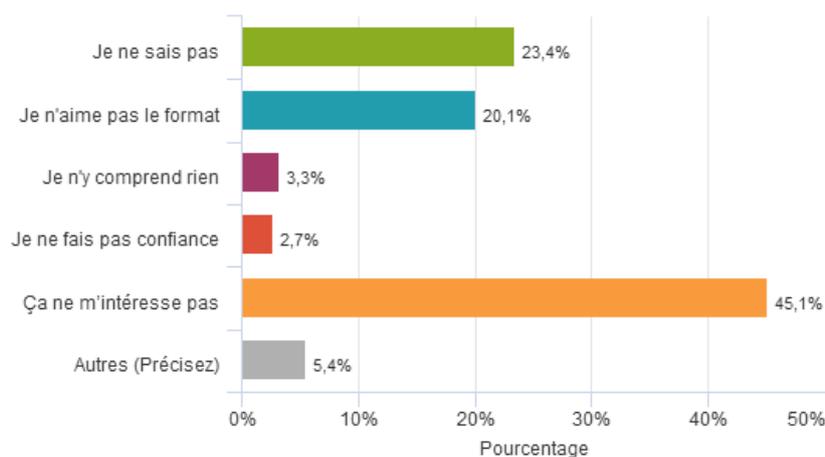
Commentaire : 26% des répondants ne lisent jamais d'article de blog. 26% en lisent rarement, 29% en lisent occasionnellement et 18% à souvent, à très souvent.

Réponses effectives : 722    Taux de réponse : 100,0%    Moyenne : 2,4    Écart-type : 1,2



*Figure 7.65 : « Pourquoi ne lisez-vous jamais d'articles de blog? », n= 184*

Commentaire : Les répondants qui ne lisent aucun article de blog disent que ça ne les intéresse pas, qu'ils ne savent pas ou qu'ils n'aiment pas le format.



*Figure 7.66 : Croisement « Que lisez-vous ? des articles de blog » et « Lisez-vous des articles de blogs », n=722*

Réponses effectives : 722 Non-réponse(s) : 0 Taux de réponse : 100%

p-value = < 0,01 ; Khi2 = 298,04 ; ddl = 16,00. La relation est très significative.

Commentaire : Parmi les répondants qui disaient ne jamais lire d'article de blog, 30% se contredisent en affirmant en lire rarement, 15,9% occasionnellement, 4% assez souvent et 1.9% très souvent.

## 14 - Des articles de blog / 98 - Lisez-vous des articles de blog?

Lisez-vous des arti... → Des articles de blog ↓	Jamais		Rarement		Occasionnellement		Assez souvent		Très souvent		Total	
	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.	Eff.	% Obs.
Jamais	83	64,8%	27	21,1%	15	11,7%	2	1,6%	1	0,8%	128	100%
Rarement	62	30,1%	78	37,9%	58	28,2%	5	2,4%	3	1,5%	206	100%
Occasionnellement	38	15,9%	67	28%	85	35,6%	40	16,7%	9	3,8%	239	100%
Assez souvent	4	4,1%	14	14,4%	40	41,2%	31	32%	8	8,2%	97	100%
Très souvent	1	1,9%	7	13,5%	12	23,1%	18	34,6%	14	26,9%	52	100%
<b>Total</b>	<b>188</b>	<b>26%</b>	<b>193</b>	<b>26,7%</b>	<b>210</b>	<b>29,1%</b>	<b>96</b>	<b>13,3%</b>	<b>35</b>	<b>4,8%</b>	<b>722</b>	

Les pourcentages sont calculés par rapport au nombre d'observations en ligne.

Réponses effectives : 722 Non-réponse(s) : 0 Taux de réponse : 100%

Figure 7.67 : « *Quels genres d'articles lisez-vous sur les blogs?* », n= 534

Commentaire : Les articles les plus lu sur les blogs sont littéraires, cuisine, DIY/Bricolage et Trucs et astuces.

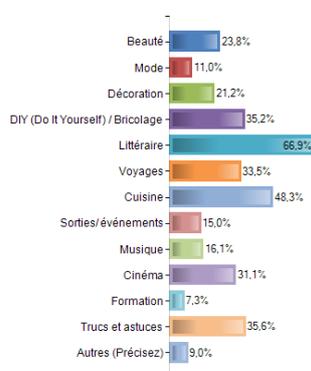


Figure 7.68 : « *Que pensez-vous de cette affirmation : "Les blogs c'est du passé !"* », n= 717

Commentaire : 12% des répondants sont d'accord pour affirmer que les blogs sont du passé, 50% ne sont pas d'accord et 37% sont moyennement d'accord.

Réponses effectives : 717 Taux de réponse : 99,3% Moyenne : 2,5 Écart-type : 1,0

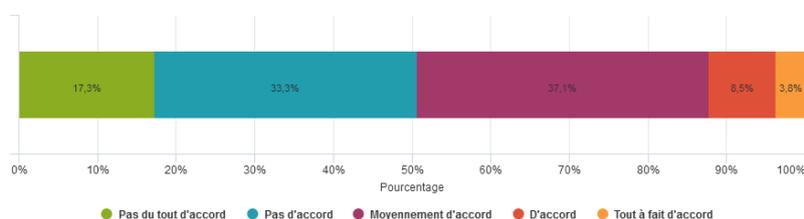
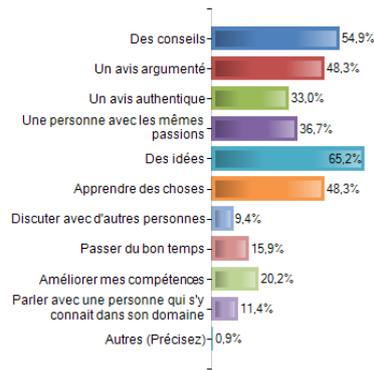


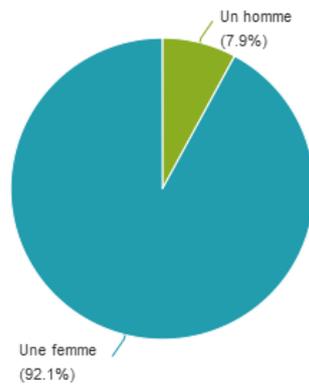
Figure 7.69 : « *Que recherchez-vous en visitant un blog?* », n=534

Commentaire : Les répondants désirent des idées, des conseils, un avis argumenté et apprendre des choses en visitant un blog.



*Figure 7.70 : « Vous êtes? », n=722*

Commentaire : Les femmes sont sur représentées dans l'enquête avec 92% des répondants du sexe féminin.



*Figure 7.71 : « Quel âge avez-vous? », n=722*

Commentaire : Les tranches d'âge les plus représentées sont les 35-44 ans avec 28.3% des répondants, les 45-54 ans avec 27.5% et les 25-34 ans avec 21.8%.

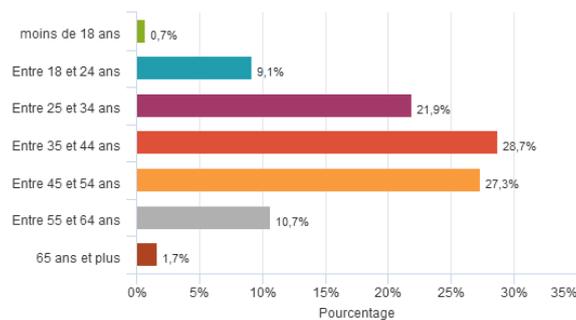


Figure 7.72 : « Que faites-vous dans la vie? », n= 722

Commentaire : 43% des répondants sont des employés, 13% des cadres moyens et 8% des étudiants.

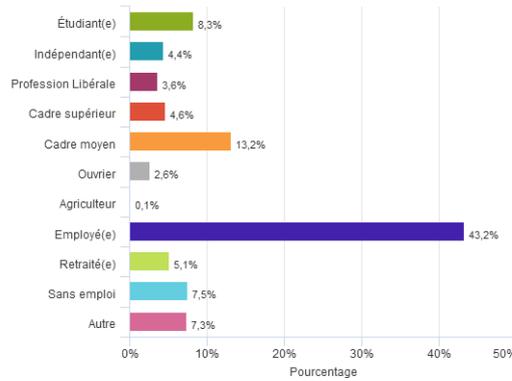


Figure 7.73 : « D'où venez-vous? », n=722

Commentaire : Les répondants sont français (78%) et belges (18%).

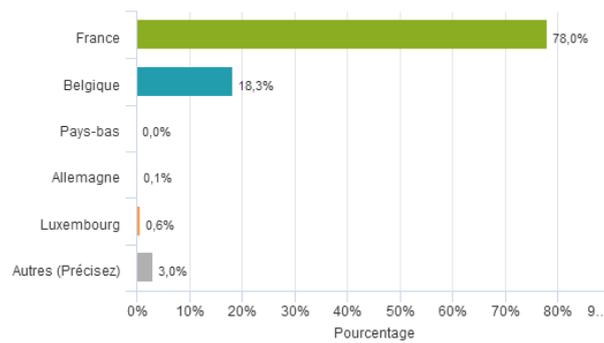


Figure 7.74 : « APPAREIL SAISIE », n=722

Commentaire : 74% des répondants ont rempli le questionnaire à l'aide de leur Smartphone.

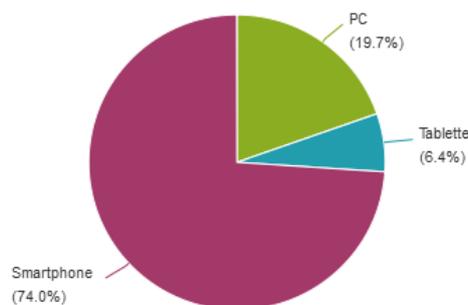


Figure 7.75 : « Croisement : Vous êtes ? / combien de livres lisez-vous en moyenne par an ? », n=722

Commentaire : Les femmes sont de meilleures lectrices que les hommes.

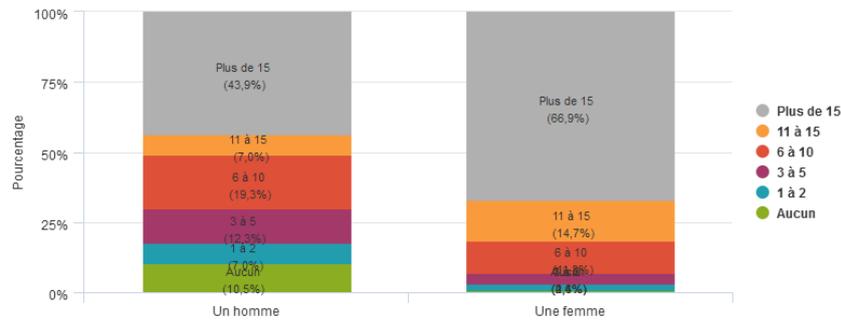


Figure 7.76 : Croisement : « Vous êtes ? » et « Pourquoi lisez-vous ? », n= 712

Réponses effectives : 712 Non-réponse(s) : 0 Taux de réponse : 100%

p-value = 0,95 ; Khi2 = 1,69 ; ddl = 6,00. La relation n'est pas significative.

Commentaire : Le sexe n'influence pas les raisons de lire des individus.

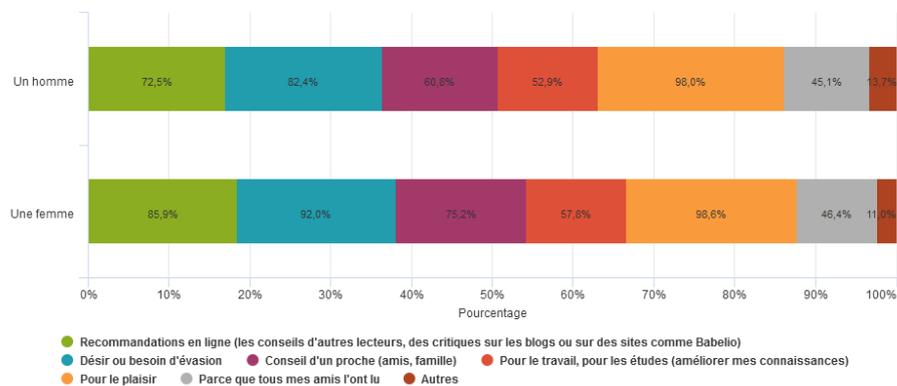
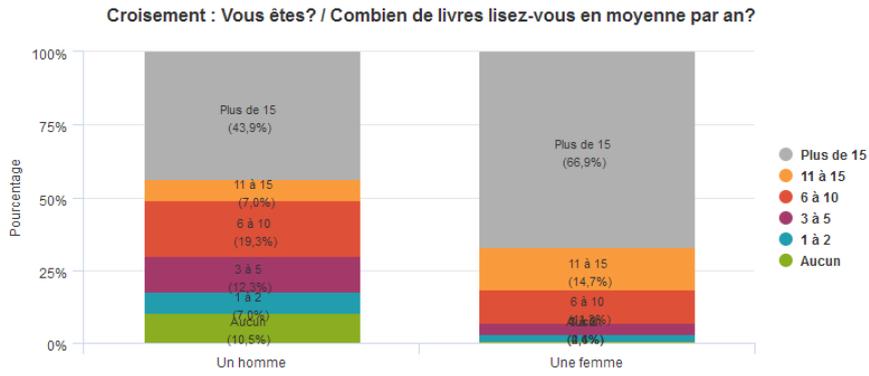


Figure 7.77 : Croisement « Vous êtes ? » et « Combien de livres lisez-vous en moyenne par an ? », n=722

Test statistique : Réponses effectives : 722 Non-réponse(s) : 0 Taux de réponse : 100%

p-value = < 0,01 ; Khi2 = 58,24 ; ddl = 5,00. La relation est très significative.



*Figure 7.78 A partir de la cartographie de Stenger et Coutant*

