

QU?Z
Semaine 26
2018
Testez vos connaissances



Par ailleurs, les grands-parents sont plus sollicités quand ils vivent à proximité de leurs petits-enfants. Tout aussi logiquement, l'activité professionnelle des mères augmente la probabilité de recourir aux grands-parents dans une organisation régulière.

Et quand aux petits-enfants résidant loin, ils sont plus souvent accueillis pendant les vacances et les week-ends.

Communication

Être ou ne pas être... sur la toile !

En 2017, parmi les sociétés de 10 personnes ou plus implantées en France, 35 % cumulent l'usage d'un site *web* et de médias sociaux (2). La plupart de ces sociétés affichent sur leur site *web* des liens permettant d'accéder aux pages de l'entreprise dans les médias sociaux.

Des sociétés peuvent recourir aux médias sociaux sans forcément avoir de site *web*. C'est le cas de 6 % des sociétés en 2017 (contre 1 % en 2013). C'est davantage le fait des petites sociétés, sans doute, suppose l'Insee, parce que les médias sociaux requièrent moins de compétences technologiques qu'un site *web*. Ainsi, 8 % des sociétés de 10 à 19 personnes ne s'affichent que sur les médias sociaux, contre 3 % de celles de 20 à 249 personnes et quasiment aucune des plus grandes.

Parmi les médias sociaux, l'Insee distingue les réseaux sociaux (Facebook, LinkedIn, Xing, Viadeo, Yammer, Google+...), les *microblogs* (tel Twitter) et les sites de partage de contenu multimédia (YouTube, Flickr, SlideShare, Picasa...).

Mais pour quels usages ? Tout d'abord, parmi les sociétés présentes sur les médias sociaux en 2017, 44 % le sont notamment dans l'optique de recruter. Mais selon l'Insee, les sociétés se servent des médias sociaux ou des *wikis* principalement pour développer leur image et commercialiser leurs produits (84 % des sociétés présentes sur la *web*). Vient ensuite le recueil d'avis, de critiques et de questions des clients.

En 2017, 67 % des sociétés disposent d'un site *web*. Le taux est stable ; par contre, le contenu de ces sites s'enrichit avec le temps. Ainsi, plus des trois quarts des sites affichent la description de biens et services ou des listes de prix, et 27 % disposent d'un panier virtuel pour passer commande.



La pensée hebdomadaire

« Lorsqu'un chien guide des brebis, il obéit à des consignes précises, mais il organise les choses à sa façon : on mise sur son intelligence tandis qu'il mise sur la confiance qu'on a en lui, et cette relation elle-même nous rend plus intelligents. Rien de tel avec les robots ! Le problème du robot, c'est qu'il n'a pas de corps. Lorsqu'on travaille avec un animal, on est confronté à sa fragilité corporelle, à sa dangerosité parfois, à ses mouvements, à ses odeurs... C'est ce corps-à-corps qui risque de disparaître. L'homme qui advient sera augmenté de la machine, mais diminué des animaux. »

Jocelyne Porcher, sociologue à l'Institut national de la recherche agronomique (Inra),
« Les animaux consentent-ils à travailler ? » (propos recueillis par Catherine Vincent), *Le Monde* du 6 janvier 2018.

(2) – Nadège Pradines et Hélène Genuit (Insee), « Médias sociaux, sites *web*, places de marché : des vitrines pour les sociétés », *Insee Première* n° 1696 de mai 2018.