



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 25 avril 2013

Etude Exclusive

USAGES ET PRATIQUES DE TWITTER EN FRANCE

Le Pôle AURA MUNDI - veille et analyse du web - de l'Argus de la presse présente les résultats de son enquête exclusive sur les usages et les pratiques de Twitter en France réalisée par Ipsos/CGI.

Retrouver l'infographie de l'étude en pièce jointe du mail adressé.

Etat des lieux

5% des Français détiennent un compte Twitter et l'utilisent actuellement.

Sur l'ensemble de la population française âgée de 15 ans et plus, près de 9 Français sur 10 ont déjà entendu parler de Twitter (89%).

Parmi eux, 11% possèdent ou ont déjà possédé un compte Twitter. Dans le détail, 5% déclarent qu'ils détiennent un compte Twitter et qu'ils l'utilisent actuellement tandis que 6% indiquent en avoir déjà eu un mais ne plus l'utiliser.

La très grande majorité des Français n'a donc jamais eu de compte Twitter (89%).

Pratiques

Lorsqu'ils utilisent leur compte Twitter, les Twittos actifs ont davantage une utilisation passive (lecture) qu'active (écriture) de Twitter.

Près de 6 Twittos actifs sur 10 déclarent lire des comptes Twitter (autres que le leur) au moins une fois tous les deux jours (59%), 31% le faisant même plusieurs fois par jour.

En revanche, ils ne sont qu'un tiers (33%) à émettre des tweets au moins une fois tous les deux jours, seuls 13% émettant des tweets plusieurs fois par jour.

Twitter apparaît donc davantage comme un moyen d'information que de communication.

Potentiel

Le potentiel de nouveaux utilisateurs de Twitter reste assez limité

La plupart des personnes n'utilisant plus leur compte Twitter actuellement ou n'ayant pas de compte Twitter n'ont pas l'intention d'en créer un ou de l'utiliser à nouveau (93%).

Seuls 7% déclarent en avoir l'intention. Notons que les plus jeunes (moins de 35 ans, 10%) ou la gente masculine (9%) seraient un peu plus enclins à le faire.

Le potentiel de développement de Twitter est donc relativement limité.

Profil des Twittos

Au fil de l'enquête le profil des twittos actifs se dessine nettement.

Cette population se caractérise tout d'abord par sa jeunesse. En effet, près des deux tiers des Twittos actifs ont moins de 35 ans (61%).

C'est également une population plus masculine que la moyenne (55% d'hommes) et qui réside davantage en milieu urbain (plus de 100 000 habitants, 67%) et en Ile de France (33%).

Méthodologie : L'enquête a été réalisée par téléphone du 1^{er} au 2 mars et du 8 au 9 mars 2013 auprès d'un échantillon de 2 029 personnes constituant un échantillon national représentatif de la population française âgée de 15 ans et plus. La représentativité de l'échantillon est assurée grâce à la méthode des quotas : sexe, âge, profession de la personne de référence du ménage, catégorie d'agglomération et région.

À PROPOS D' AURA MUNDI

AURA MUNDI, pôle d'activité de l'Argus de la presse, signifie littéralement capter le bruissement des conversations dans le monde.

2 millions de sources (site médias et éditoriaux, blogs, forums, médias et réseaux sociaux, suivi de commentaires...) sont surveillés au niveau francophones et 100 millions de sources au niveau international.

AURA MUNDI est composée d'une équipe d'une quinzaine de collaborateurs résolument orientés web 2.0. en termes d'outils, de stratégie de veille, de qualification de sources et d'analyse du discours. De l'audit Digital de Marque aux études Ad hoc, AURA MUNDI propose une gamme complète de solutions pour maîtriser sa réputation en ligne : www.aura-mundi.fr

À PROPOS DE L' ARGUS DE LA PRESSE

www.argus-presse.fr

L'Argus de la presse est une entreprise de services et de conseil en relations médias.

Dirigé par Alexis DONOT depuis 2008, la société affiche un chiffre d'affaires de 44 millions d'euros en 2012, et compte 450 collaborateurs.

Partenaire privilégié de 10 000 Entreprises et Agences de communication de tous secteurs d'activité, l'Argus de la presse accompagne ses clients dans le développement de leur notoriété, la mesure de leur présence dans les médias et les réseaux sociaux et l'évaluation de leur image.

De l'identification des relais d'influence à la maîtrise de leur empreinte médiatique, l'Argus de la presse est le seul acteur du marché à présenter une gamme de services aussi complète, déclinée autour de 4 grands pôles d'activité :



CONTACTS PRESSE

Alexia Morot - Chargée de communication
01 49 25 72 66 – alexia.morot@argus-presse.fr

Nicolas JAUNET - Responsable Marketing & Communication
01 49 25 70 14 - nicolas.jaunet@argus-