

1 million de Français sur Twitter

A en croire l'Atelier BNP-Paribas, **les Français sont de plus en plus familier avec Twitter**. Faute de statistiques publiques, la cellule de veille technologique du groupe bancaire a commandé une étude à l'Ifop pour mesurer le succès de la plate-forme de micro-blogging auprès des internautes français. Etude que l'Atelier dévoile ce mardi après-midi au cours d'un séminaire baptisé Twitter en France : votre entreprise est-elle prête?.

Il ressort de l'étude **une marque de plus en plus connue**. Alors que le terme Twitter n'était familier qu'à 4 % des sondés en 2008, ils étaient 28 % en juin 2009 puis 60 % déclare aujourd'hui avoir entendu parler de cette marque. Une notoriété qui efface celle des concurrents, Friendfeed (racheté par Facebook) et Yammer, lesquels restent inconnus des Français.

Il faut dire que **Twitter a bénéficié de la publicité involontaire de quelques personnalités politiques** dont Nathalie Kosciusko-Morizet (qui compte plus de 21 000 « *followers* » ou « *gazouilleurs* » depuis la récente localisation française de la plate-forme), ou le porte-flingue de l'UMP [Frédéric Lefebvre victime d'une fermeture temporaire de son compte](#) ciblé comme spammeur par les abonnés.

Mais la popularité de Twitter n'est pas forcément synonyme d'usage. Si la marque est désormais installée dans la population, seul 1 million d'internautes français disposent d'un compte Twitter. A comparer aux **plus de 20 millions d'utilisateurs** du service dans le monde, selon des estimations diverses puisque Twitter reste opaque sur ses chiffres. Au final, seuls 9 % des internautes qui ont entendu parler de Twitter s'y sont inscrits.

Qu'en font-ils? Pour l'essentiel, ils s'informent. **Ils sont 51 % à utiliser le service pour échanger et rechercher des informations**. Loin derrière, 14 % l'exploitent pour créer un réseau d'experts et 13 % s'en servent comme support de communication pour améliorer leur «marque personnelle». Mais une large majorité (79 %) voudrait y trouver des offres commerciales (bons de réduction, conseils pour consommer moins chers, etc.), 77 % entretenir son réseau d'amis et 74 % espèrent y poster des informations exclusives.

Malgré ses défauts, Twitter est considéré comme «utile» aux trois quarts des utilisateurs et la moitié le voit comme **une avancée de fond**. Mais pour la moitié d'entre eux également, il ne s'agit que d'un phénomène qui s'usera avec le temps...