


Facebook, Twitter... : une grande entreprise a en moyenne 320 comptes

Une inflation de 80 % au cours des trois dernières années. Selon une étude du fournisseur de solutions de sécurité Proofpoint, les entreprises du Fortune 100 (les 100 plus grandes entreprises aux Etats-Unis) gèrent à elles toutes des dizaines de milliers de comptes de marques – pour moitié ouverts sur Facebook -, à l'origine de **quatre milliards d'interactions avec les internautes** (soit des J'aime, des followers, des abonnés ou des +1 sur Facebook, Twitter, YouTube ou Google+). Soit en moyenne 320 comptes de réseaux sociaux par entreprise, contre 178 en 2011. Certaines marques possèdent plus de 3 000 comptes. Proofpoint assure que **les internautes eux-mêmes génèrent 93 % des contenus** proposés sur ces communautés. 

Si les volumes sont impressionnants, le développement de ces nouveaux canaux a été relativement anarchique. L'étude relève ainsi que chaque entreprise possède en moyenne **13 outils de publication distincts**. Au total, Proofpoint recense quelque 2 100 applications et outils différents utilisés par le Fortune 100. Plus inquiétant : seules 30 % des publications sont effectuées depuis un de ces outils professionnels, le solde provenant de la publication en direct sur le Web ou des applications mobiles de ces réseaux sociaux. Pour Proofpoint, ce constat « *reflète l'absence de procédure de conformité, facilite le piratage des comptes et représente l'une des principales sources des imprudences commises sur les réseaux sociaux* ».

A lire aussi :

[32 millions de Français sur les réseaux sociaux](#)

Crédit Photo : JaysonPhotography / Shutterstock.com