

Le phénomène Twitter: quel modèle économique? Quel impact en entreprise?

A l'occasion du Festival de la publicité qui se tient actuellement à Cannes, **Biz Stone**, cofondateur du portail de mini-messages très médiatisé dans la crise iranienne, s'est exprimé dans la presse.

Au quotidien *Le Monde* (ce 25 juin), il explique notamment comment l'idée de Twitter est venue, inspirée par l'IM, la messagerie instantanée:

« Avec Jack Dorsey [autre cofondateur], nous nous sommes dit qu'il serait intéressant de savoir ce que chacun fait à tout moment et qu'il serait bien de créer un service de messagerie accessible très facilement depuis son téléphone mobile [...] Nous avons déjà 10 ans d'expérience dans les blogs et les réseaux sociaux ». Et d'ajouter: « Mais ce sont les gens qui ont transformé l'outil par l'usage ».

Pour le portail, 2009 se présente comme une année d'expérimentation de son modèle économique: « Il s'agit moins de développer un modèle publicitaire que de nouer des liens avec les grandes marques et de voir les services dont elles ont besoin ».

A propos de l'utilisation de Twitter en Iran, médiatisée par la Maison Blanche : « Lors des événements en Iran, la chose importante à retenir est le rôle que joue une plate-forme ouverte d'échange d'information [...] Cela aide les gens à partager ce qu'ils savent, à raconter ce qui est en train de se passer »

A propos d'un éventuel rachat par l'autre génie du moment, Facebook, Biz Stone confirme que Jack Dorsey et lui ont refusé une offre chiffrée à 500 millions de dollars (il ne précise pas, en cash et ou en actions...): « Nous ne sommes encore qu'à 1 ou 2% de notre aventure. L'entreprise qui est installée dans un loft à San Francisco, a franchi la barre des 50 employés. Nous sommes bien financés pour le moment. (...) », avant d'ajouter: « Beaucoup de gens utilisent Facebook et Twitter. Twitter n'est pas un réseau social, mais un réseau de communication qui tisse des relations sociales.(...) Nous ne concurrençons pas Google ».

La 'twiterature', nouveaucourant branché aux US

Aux Etats-Unis, la célèbre et respectable maison d'édition Penguin Classics a accepté qu'un ouvrage sur la littérature (« Cliff's Notes-style book ») soit « transcrit » et résumé par deux universitaires de Chicago sur des 'tweets', ces désormais célèbres mini-messages de 140 caractères au maximum transmis dans le format de Twitter. Il n'en fallait pas plus pour que soit repris l'idée d'une littérature pour Twitter, ou adaptée au média Twitter, la 'twiterature'! (*A suivre*)