

# Twitter : pas de pub avant 2010 selon Biz Stone

Biz Stone, le co-fondateur du site populaire de micro-blogging, a déclaré qu'il n'y avait pas de projets de publicité pour cette année. « *Aucune approche publicitaire n'est à venir. Nous ne pensons pas à cela, pour le moment* », a-t-il déclaré.

« *Twitter se porte bien maintenant [...] Notre priorité est de développer de nouvelles applications et d'améliorer les comptes commerciaux clients* », ajoute le dirigeant. Voilà deux ans que [Twitter](#) gazouille, mais la société n'est toujours pas cotée. La priorité est donc d'en faire une activité rentable, la stratégie employée par le site de micro-blogging est l'amélioration, avant la diffusion de quelconque publicité, développer les fonctionnalités payantes, pour les comptes commerciaux par exemple.

Il faut dire que la popularité de Twitter attise toute sorte [d'intérêts commerciaux](#), elle génère déjà du micro-marketing. Fréquenté par plus de 44.5 millions de « gazouilleurs » professionnels, célébrités ou simples oisifs aux discussions sommaire du style « je mange une pizza », il représente un aubaine pour les entreprises (et pas seulement au regards des pizzaiolii).

Autre fait révélateurs, la presse se nourrit en ce moment de gazouillis très sérieux. En effet, le procès [Clearstream est actuellement twitté](#) par une foule d'abonnés, parfois en direct du tribunal. Défi relevé puisque l'on peut avoir les détails de l'audience sur le réseau social. Mais fidèle à sa réputation de discussion à 40% « futiles » (selon l' [étude Pear Analytics](#) ), on y trouve des détails peu judiciaires : « Marie De Villepin se recoiffe ». C'est sûr, cela donne du cachet au procès...