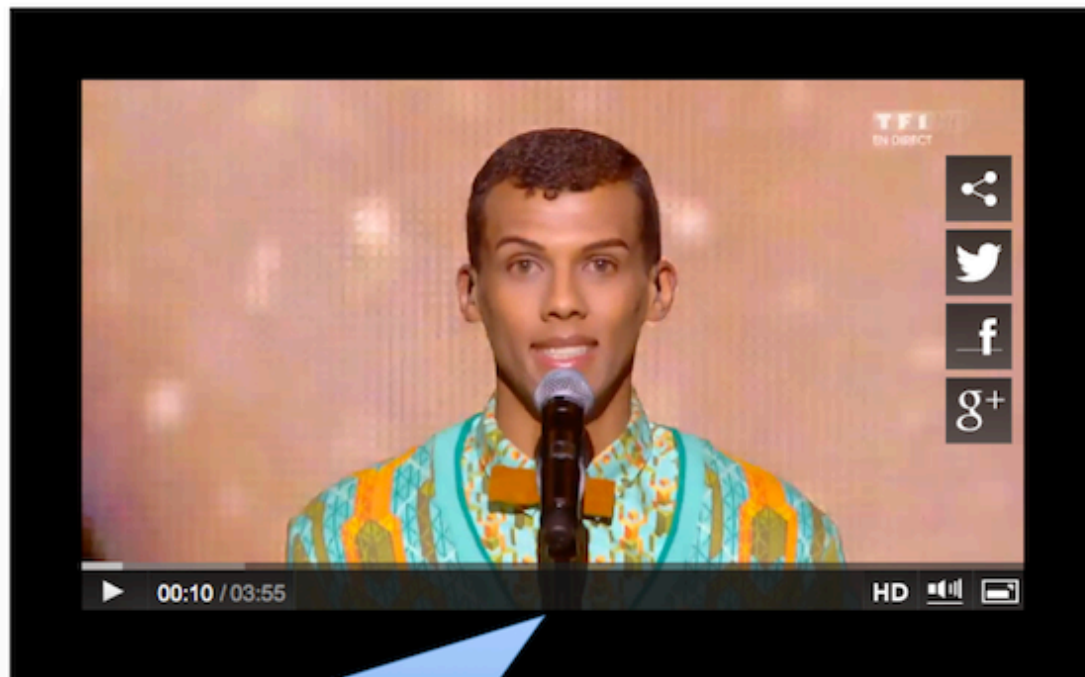


Le Bilan 2013 de la Social TV

Sommaire : 2012 était l'année de l'envol de la Social TV. 2013 est l'année de la consolidation. Les réseaux sociaux font désormais partie intégrante des stratégies de communication des chaînes de TV. Voici les principaux chiffres à retenir.



Par Pascal Lechevallier pour [Digital Home Révolution](#) | Mardi 24 Décembre 2013



**2,3 millions de Tweets
pour les #NMA :
C'est Formidable !**

Les réseaux sociaux ont réussi leur pari : on ne conçoit plus la télévision

sans eux ! Une fois leur citation à l'antenne assouplie par le CSA en début d'année, ils ont envahi le petit écran de manière systématique et se sont installés dans les éléments de langage des animateurs TV : *«vous êtes nombreux à réagir sur les réseaux sociaux, posez vos questions aux invités sur les réseaux sociaux, votez pour ce candidat via les réseaux sociaux»*. Une bonne manière de redynamiser les émissions à moindre coût. Facebook et Twitter sont devenus la voie de retour indispensable.

La consolidation du secteur

Preuve de la pression qui règne sur ce marché, il ne se passe pas une semaine sans que le marché de la Social TV fasse une annonce de partenariat : des accords entre les professionnels, des rachats, des campagnes publicitaires. Ainsi, mesagraphs a noué des accords avec Médiamétrie et Kantar tandis que Tvtweet se faisait racheter par le leader canadien de la mesure de l'audience sociale, Seevibes. Aux Etats-Unis, i.TV a racheté GetGlue et Apple s'est offert Topsy pour 200 millions de dollars.

Le Palmarès des Emissions 2013

#1



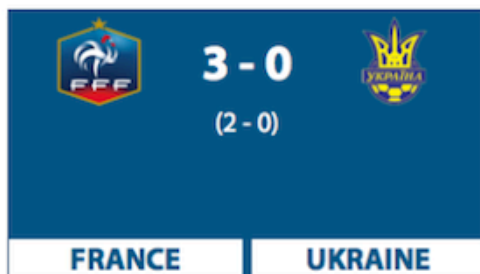
2.301.804

#2



1.912.487

#3



1.244.161

Bien que ne représentant que 2,1% des utilisateurs de Twitter dans le monde, la France est un terrain stratégique pour Twitter car l'activité liée à la télévision y est prépondérante. Olivier Gonzales, Directeur Général de Twitter France expliquait récemment que *"95% des discussions sur les émissions TV se déroulent sur Twitter"*.

Twitter mise sur la TV

Sans grande surprise, Twitter s'est imposé comme le compagnon idéal des chaînes de télévision pour renforcer leurs liens avec les téléspectateurs. Comme l'explique Justine Ryst, la Directrice du Développement de Twitter France sur le blog officiel de Twitter : *« ce lien accru entre Twitter et la TV s'explique par un ADN commun. La TV est par excellence le média fédérateur, du direct, de l'événement, quand Twitter est une plateforme live, publique et conversationnelle. »*

Bien que l'étude réalisée cet été par Iligo démontrait que 57% des « TV socializers » utilisaient Facebook pour commenter les programmes TV contre 15% pour Twitter, il n'en demeure pas moins que Twitter, par la simplicité de son interface, joue un rôle déterminant dans les conversations liées aux programmes, en particulier lorsqu'ils sont en direct. C'est pourquoi ce bilan s'attache à présenter les résultats issus de Twitter, mais nous consacrerons une partie à la stratégie de Facebook en matière de Social TV.

85 millions de tweets en 2013

Les chiffres fournis par [Seevibes](#) indiquent que Twitter s'est installé dans les habitudes des Français en 2013. Alors qu'ils étaient tout juste plus d'un million de twittos actifs en 2012 pour échanger 30 millions de tweets à propos de la télévision, ils sont plus de 2,2 millions en 2013 pour un total de 85 millions de tweets. Soit une croissance de 187% du nombre de tweets échangés. Le cap des 100 millions de tweets sera donc dépassé en 2014.

Alors que l'année 2012 avait démarré très bas et avait connu une croissance exponentielle : décembre 2012 représentait 12 fois le mois de janvier, l'année 2013 révèle un comportement plus linéaire, compris entre 5,9 et 8 millions de tweets avec, comme le montre la courbe des pics très marqués sur les grands événements télévisuels de l'année.

En 2013, le nombre de tweets échangés par mois a fortement augmenté, mais sans s'inscrire dans une évolution mensuelle à la hausse aussi marquée qu'en 2012. Le risque d'un plafonnement de l'activité mensuelle pourrait se produire en 2014. Car pour que le nombre de tweets augmente de manière

significative, il faut que le parc de twittos évolue aussi à la hausse. The Voice et les JO d'hiver seront un très bon test en début d'année.

.

Les grands événements de 2014

2014 va offrir aux chaînes de télévision de nombreuses occasions de mettre à contribution leurs Community Managers et leurs comptes Twitter : passons sur les émissions de télé-réalité et autres Tv-crochets pour retenir les JO d'hiver, les élections municipales et européennes et la Coupe du Monde de Football. Pour peu que le PSG réalise une grosse performance en Ligue des Champions, le sport va s'imposer comme un des piliers de la Social TV en 2014.

Mais comme le révèle le classement 2013 publié par Twitter, il n'y a pas que les émissions TV pour créer l'événement sur la TL. L'actualité, des actions marketing, des écrivains, des artistes sont en mesure de se hisser par les # les plus discutés.

Une des grandes interrogations de 2014 porte sur la capacité du petit oiseau bleu à intégrer correctement des dispositifs publicitaires dans les messages dans le but de faire croître ses recettes. Des comptes sponsorisés, quelques # ici et là, voire de courtes vidéos viendront donc enrichir ou polluer la Time Line. Avec l'aide des chaînes TV, Twitter dispose d'une belle opportunité de créer de nouvelles expériences publicitaires. Pour l'instant chacun a besoin de l'autre, mais si Twitter se banalise en 2014, les chaînes de télévision iront voir ailleurs pour trouver de nouvelles formes d'engagement pour leurs téléspectateurs.

Le palmarès des chaînes

Sans surprise, TF1 reste sur la plus haute marche du podium avec près de 35 millions de tweets et 42% de part de marché. Une part de marché Social TV presque 2 fois supérieure à sa part d'audience, preuve supplémentaire que TF1 a su s'imposer avec quelques émissions très fédératrices auprès des jeunes. En seconde position, on retrouve NRJ12 avec plus de 11 millions de tweets au compteur. Là aussi, NRJ12 a su capitaliser sur des émissions très identitaires et destinées à un public très jeune et très actif sur les réseaux sociaux.

M6 perd sa place sur la troisième marche en 2013 au profit de Canal Plus qui avec ses 6 millions de tweets a réussi à doubler toutes les chaînes grâce à des programmes cryptés ! Un exploit dont seul le football est capable. En 4ème position, on trouve W9 qui dépasse sa chaîne mère d'une courte tête !

M6 passe donc de la 3ème à la 5ème position. Finalement c'est M6 qui a le moins bien tiré parti de Twitter cette année. Pourtant ce ne sont pas les émissions de télé-réalité qui manquent à l'appel, mais le buzz a été moins efficace sur M6 que sur les antennes de sa principale concurrente.

Le classement révèle que 10 chaînes sont millionnaires en nombre de tweets en 2013, contre 7 en 2012. Ce ne sont pas les plus grandes chaînes qui ont connu les plus grosses progressions. En effet, c'est LCP qui a connu la croissance la plus forte en 2013 (+1311%), suivie de BeInSport (+787%) et de TMC (+611%).

Parmi les grandes chaînes, c'est Canal Plus qui arrive en tête (+319%), suivie par TF1 (+177%). M6, France 2 et France 3 ferment le marché avec des augmentations inférieures à 100%, presque une anomalie sur ce marché qui a vu sa taille tripler d'une année sur l'autre.

Le Palmarès des Programmes

En 2012, TF1 s'était imposée avec un quarté composé de Secret Story S6, Danse avec les Stars, The Voice et Qui veut épouser mon fils. NRJ12 suivait avec les Anges de la Télé-réalité.

Le classement 2013 renforce TF1 qui place 7 programmes dans le Top 10, dont les 3 premières positions. En tête Secret Story S7 avec ses 9,7 Millions de tweets, soit 5,6 millions de plus qu'en 2012, et 27% du nombre total de tweets de la chaîne. Vient ensuite The Voice avec 5 millions de Tweets. En 3ème position, les NRJ Music Awards qui avec leurs 2 éditions dans la même année totalisent plus de 4,2 millions de tweets échangés.

Les Anges de la Télé-réalité 5, ceux qui ont révélé la phénoménale Nabilla atteignent pratiquement 4 millions de tweets. Un peu plus loin, avec 2,5 millions de tweets, l'émission omniprésente de la grille de D8, l'incontournable Touche pas à mon poste. Vendredi tout est permis, présentée par Arthur réalise une belle performance, alors que Danse avec les stars ne fait que doubler son score de 2012 à 2,1 millions de tweets.

Le palmarès des Emissions

Pour une fois, la couronne ne revient pas à Miss France qui perd sa place au profit des NRJ Music Awards qui occupent les 2 plus hautes positions du classement 2013. La 3ème place revient au match France-Ukraine avec 1,2 million de tweets. 3 événements de prime time, diffusés en direct, et sur TF1. La puissance de l'audience TV au service de l'audience Sociale. Le classement des émissions conforte TF1 dans sa position de leader absolu de la Social TV, sans véritable challenger pour le moment. Il faut descendre à la 14ème place pour trouver une émission diffusée par une autre chaîne que

TF1 : le match Barcelone/PSG, diffusé en crypté par Canal Plus et qui a généré 368.414 tweets. Sur les 50 premières émissions, 43 ont été diffusées par TF1, 3 par Canal Plus, 2 par W9 et 2 par NRJ12. Une véritable contre performance pour France 2 et M6 qui n'ont pas réussi à se hisser dans ce classement.

La bataille Facebook/Twitter

Mais Twitter n'est pas le seul réseau social à vouloir s'imposer comme partenaire de la télévision. Facebook est en embuscade et a décidé de mettre les bouchées doubles depuis son annonce au MIPCOM : fournir des données Social TV aux grands groupes TV, TF1 puis France Télévisions. Son partenariat avec l'émission « Rising Star » qui sera diffusée sur M6 pourrait jouer le rôle d'accélérateur, tout comme son partenariat avec France Télévisions sur les JO d'hiver.

Car Facebook compte bien profiter de sa base installée de 26 millions d'utilisateurs pour devenir incontournable sur la Social TV. En effet, Twitter aurait 5 millions de comptes dont 2,3 sont réellement actifs. Comme l'a récemment expliqué le DG de Facebook France Laurent Solly : « *Nous permettons ainsi à nos utilisateurs de continuer à interagir directement avec leurs émissions et leurs personnalités TV préférées lors d'événements majeurs de l'agenda politique, sportif et culturel. Tout en renforçant l'engagement de nos utilisateurs autour de ces événements, nous offrons à nos partenaires les outils les plus performants pour analyser la perception de leurs programmes et échanger efficacement avec leurs publics* ».

Même si chacun des acteurs de la Social TV évite d'affronter son concurrent de face, il n'en demeure pas moins qu'ils vont devoir se départager sur le terrain en 2014. Les données publiées par Business Insider montrent non seulement l'écart qui existe entre les 2 réseaux sociaux en nombre d'utilisateurs, mais aussi en vitesse de développement depuis leur lancement. Pour les chaînes, cela aura un effet bénéfique puisqu'elles vont disposer de plus d'outils et de moyens pour déployer des actions de Social TV avec les deux réseaux. Sans pour autant répondre à la question clé de l'impact réel de ces réseaux sur l'audience des programmes.

Qui sont les Twittos actifs ?

La récente étude menée par Ipsos/CGI pour Aura Mundi/L'Argus de la Presse permet de déterminer 4 profils de Twittos :

- Les « suiveurs » (14%)
- Les « intimistes » (36%)

- Les « chatteurs » (31%)
- Les « influenceurs » (17%) : ils ont un usage beaucoup plus intense de Twitter puisqu'en émettant des tweets, ils cherchent véritablement à être visibles, à développer leur nombre de followers et donc à exercer une influence sur Twitter. Les hommes et les jeunes sont sur-représentés dans cette catégorie.

Cette étude nous apprend aussi que 5% de la population possède et utilise un compte Twitter, soit 2,3 millions de personnes. Mais sur l'événement N°1 de l'année, les NRJ Music Awards (#NMA), ils n'ont été que 262.000 twittos à échanger des tweets. Donc tout juste 10% de la base active et 4,4% de l'audience TV moyenne de l'émission (5,913 millions de téléspectateurs en moyenne).

Source : IPSOS/CGI - D.R.

Le classement des animateurs TV

Il n'y a pas que les chaînes à rivaliser entre elles pour dominer les classements de popularité sur Twitter. Derrière la plupart des émissions, il y a les présentateurs qui jouent le rôle de Community Managers et de recruteurs de twittos.

Source : Digital Home Révolution - D.R.

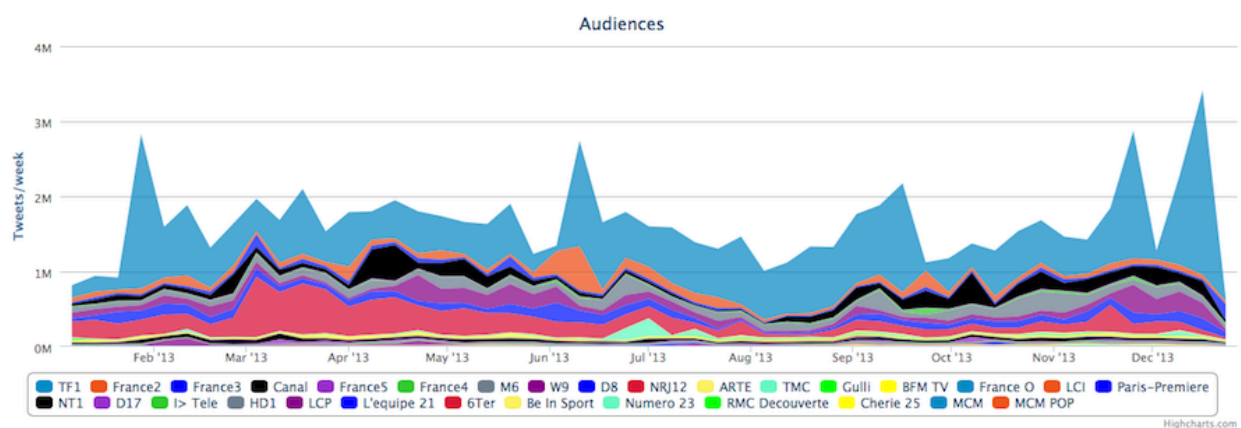
Et à ce jeu, le champion hors catégorie, le seul à avoir dépasser 1 million de followers sur son compte Twitter et à bientôt franchir le cap des 2 millions de fans sur Facebook est Sébastie Cauet. La seconde place est désormais occupée par Cyril Hanouna, le présentateur omniprésent de D8 qui a près de 695.000 followers et qui en profite pour doubler Nikos.

Nikos Aliagas se classe 3ème avec 514.000 followers, talonné par le présentateur de NRJ12 Mathieu Delormeau. On note aussi l'entrée d'Antoine de Caunes dans le Top 20 avec 217.000 followers. Les 3 plus fortes progressions d'une année sur l'autre sont à mettre au crédit d'Arthur (677%), porté par le succès de Vendredi tout est permis (#VTEP), de Cyril Hanouna (+532%) et d'un de ses coprésentateurs de Touche pas à mon Poste (#TPMP) Jean-Luc Lemoine.

Chaque animateur ayant sa propre conception de Twitter, on notera que les 2 animateurs les plus soucieux de suivre aussi certains de leurs followers sont Nikos (45.735) et Patrick Sébastien (30.362). En revanche Cyril Hanouna (236), Pierre Ménès (210) et Laurent Ruquier (192) sont à la fois de mauvais suiveurs mais aussi de mauvais communicants puisqu'ils font partie de ceux qui ont écrit le plus faible nombre de tweets.

Alors que les EPG (les Guides TV sur tablettes ou sur mobiles) ont du mal à séduire le public et que la presse télé classique voit ses ventes s'effondrer, les réseaux sociaux sont en train de réinventer le programme TV en live. Twitter et Facebook nous permettent de suivre ce qui se passe à la TV de manière simple et ludique, sur tous les terminaux et gratuitement. Il n'en faut pas plus pour rencontrer le succès et devenir indispensable. Mais de là à dire que c'est un eldorado publicitaire, il faudra sans doute attendre un peu pour le confirmer.

@plechevallier



	2012	2013	Evolution
LCP	40 043	565 000	1311%
BeInSport	72 975	647 245	787%
TMC	132 617	943 541	611%
D8	793 236	4 742 945	498%
Gulli	64 505	335 746	420%
W9	1 130 974	5 368 342	375%
CANAL +	1 420 314	5 948 989	319%
D17	183 938	752 138	309%
I Télé	145 953	578 599	296%
ARTE	104 380	380 663	265%
France Ô	62 183	198 447	219%
NT1	512 246	1 545 486	202%
NRJ12	3 838 786	11 304 098	194%
France 4	286 787	797 404	178%
TF1	12 577 686	34 805 918	177%
BFMTV	477 262	1 229 518	158%
LCI	129 621	301 259	132%
France 5	165 619	361 916	119%
M6	2 803 610	5 272 986	88%
France 2	2 833 585	4 683 395	65%
France 3	1 326 602	1 967 252	48%

Source : @seevibes pour Digital Home Révolution

Le Palmarès des Chaînes 2013

#1



34.805.918

#2



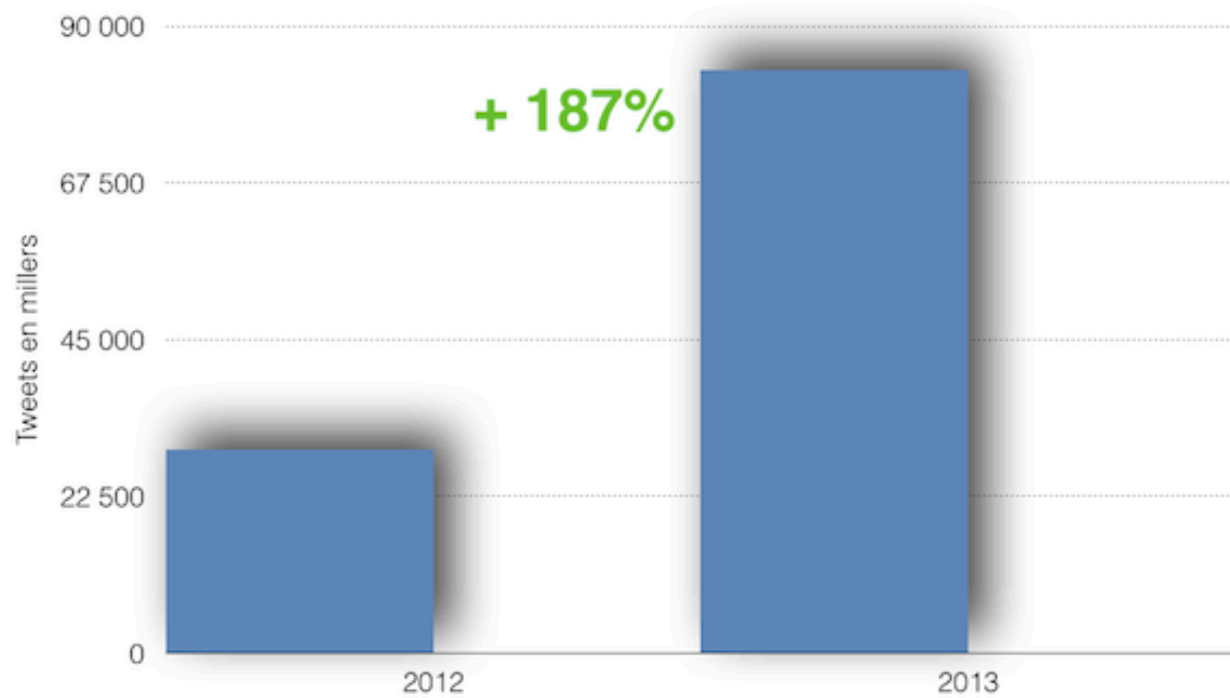
11.304.098

#3

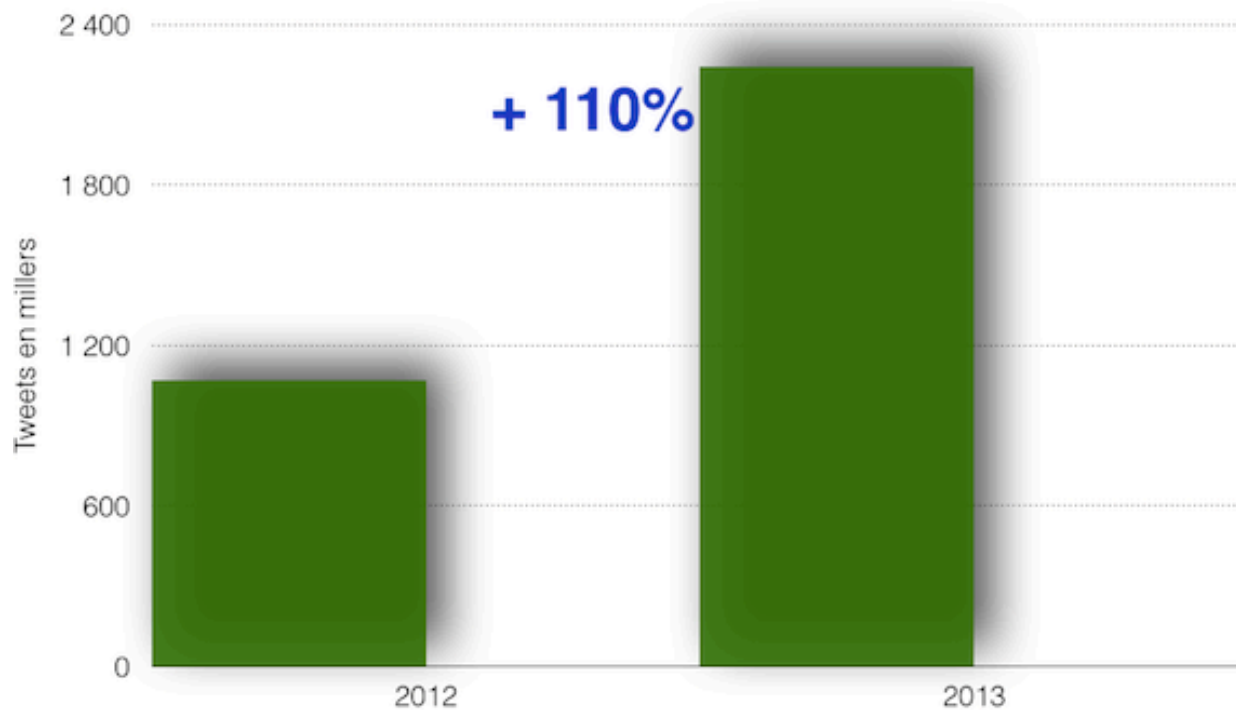


5.948.989

Nombre de Tweets Social TV



Nombre de Twittos TV



Le Palmarès des Programmes 2013

#1



TF1
196 programmes

9.776.550

#2



TF1
16 programmes

5.065.267

#3



TF1
2 programmes

4.223.291

#4



M6
574 programmes

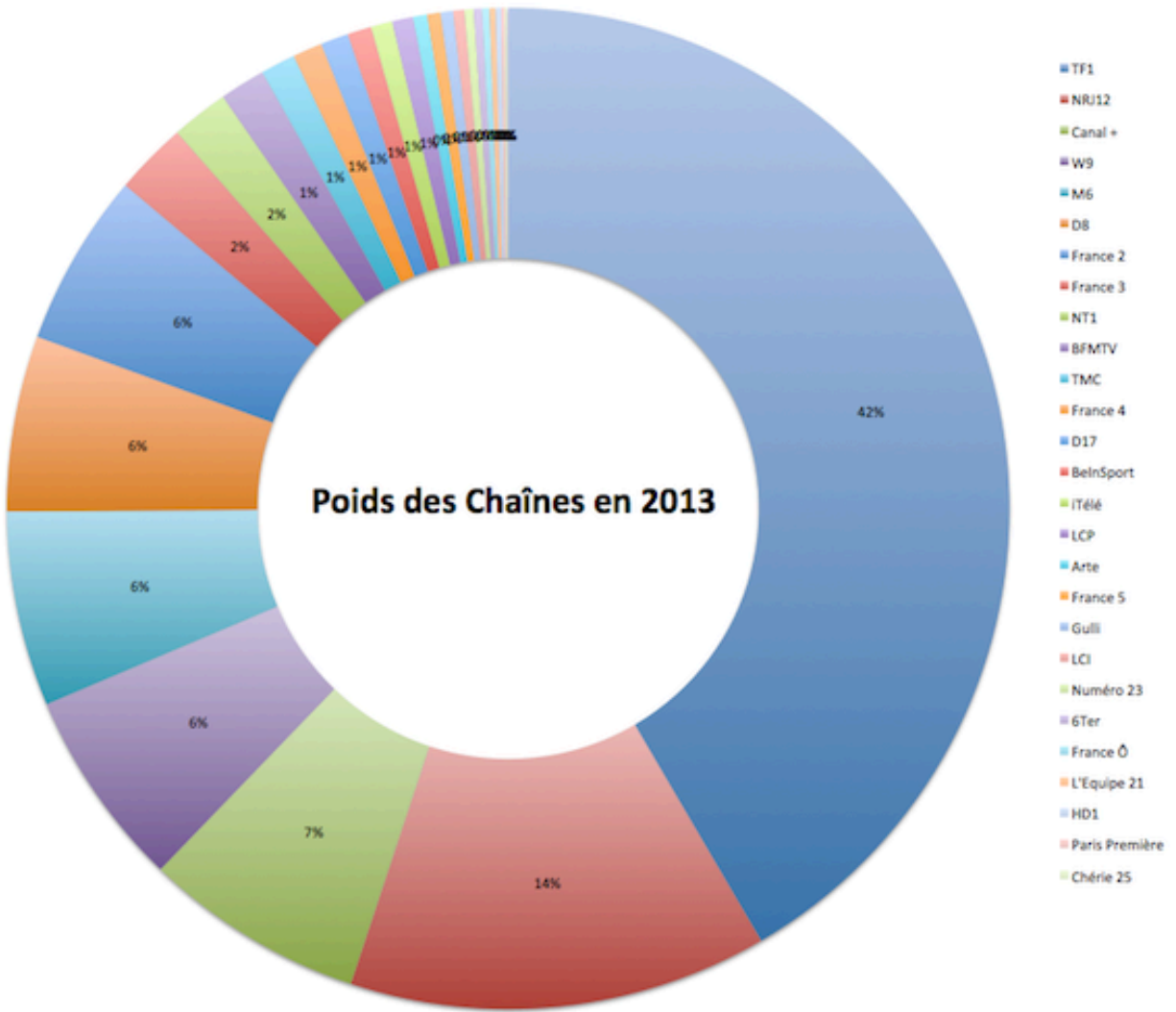
3.957.021

#5



8
692 programmes

2.499.236



#1	2 310 804 tweets (Live : 1 953 963)	NRJ Music Awards 14/12/2013 20:50 - 23:50	 262 058 users (7.46 tw/user) 10855.4 tw/min
#2	1 912 487 tweets (Live : 1 635 068)	NRJ Music Awards 2013 26/01/2013 20:50 - 23:45	 202 209 users (8.09 tw/user) 9343.2 tw/min
#3	1 244 161 tweets (Live : 1 030 137)	Football: France / Ukraine 19/11/2013 20:50 - 22:55	 270 091 users (3.81 tw/user) 8241.1 tw/min
#4	1 127 009 tweets (Live : 1 027 462)	Election de Miss France 2014 07/12/2013 20:50 - 00:15	 214 577 users (4.79 tw/user) 5012.0 tw/min
#5	807 134 tweets (Live : 686 054)	Secret Story 07/06/2013 20:50 - 23:20	 159 567 users (4.30 tw/user) 4573.7 tw/min
#6	559 275 tweets (Live : 486 840)	The Voice, la plus belle voix 02/02/2013 20:50 - 23:05	 92 471 users (5.26 tw/user) 3606.2 tw/min
#7	455 301 tweets (Live : 438 338)	Secret Story 13/09/2013 23:05 - 01:15	 82 956 users (5.28 tw/user) 3371.8 tw/min
#8	454 801 tweets (Live : 322 709)	The Voice, la plus belle voix 18/05/2013 20:50 - 23:30	 101 672 users (3.17 tw/user) 2016.9 tw/min
#9	417 130 tweets (Live : 326 130)	The Voice, la plus belle voix 11/05/2013 20:50 - 23:20	 90 040 users (3.62 tw/user) 2174.2 tw/min
#10	400 759 tweets (Live : 362 039)	Football: Ukraine / France 15/11/2013 20:45 - 22:55	 121 276 users (2.99 tw/user) 2784.9 tw/min

#1	9 776 550 tweets (Live : 7 726 560)	Secret Story (196 prog) 07/06/2013 20:50 - 23:20	 3 121 100 users (2.48 tw/user) 4573.7 tw/min
#2	5 065 267 tweets (Live : 4 216 763)	The Voice, la plus belle voix (16 prog) 02/02/2013 20:50 - 23:05	 1 188 612 users (3.55 tw/user) 3606.2 tw/min
#3	3 957 021 tweets (Live : 2 847 785)	Les anges de la télé réalité 5 (574 prog) 09/04/2013 20:50 - 22:40	 2 324 347 users (1.23 tw/user) 25889.0 tw/min
#4	2 499 236 tweets (Live : 1 771 311)	Touche pas à mon poste ! (692 prog) 03/12/2013 18:30 - 20:15	 1 348 848 users (1.31 tw/user) 537.9 tw/min
#5	2 310 804 tweets (Live : 1 953 963)	NRJ Music Awards 14/12/2013 20:50 - 23:50	 262 058 users (7.46 tw/user) 10855.4 tw/min
#6	2 156 355 tweets (Live : 1 379 961)	Danse avec les stars (9 prog) 02/11/2013 20:50 - 23:25	 657 985 users (2.10 tw/user) 1331.2 tw/min
#7	1 912 487 tweets (Live : 1 635 068)	NRJ Music Awards 2013 26/01/2013 20:50 - 23:45	 202 209 users (8.09 tw/user) 9343.2 tw/min
#8	1 270 162 tweets (Live : 1 136 940)	Vendredi, tout est permis avec Arthur (22 prog) 19/04/2013 20:50 - 23:25	 494 804 users (2.30 tw/user) 924.8 tw/min
#9	1 255 381 tweets (Live : 1 158 511)	Star Academy : le prime (18 prog) 28/02/2013 20:50 - 23:10	 302 015 users (3.84 tw/user) 1861.5 tw/min
#10	1 253 002 tweets (Live : 1 222 635)	Confessions intimes (59 prog) 12/03/2013 23:20 - 01:00	 373 692 users (3.27 tw/user) 2339.7 tw/min

Culture

1. #Mandela
2. #StephaneHessel
3. #PatriceChereau
4. #Cannes
5. #PFW
6. #Cesar2013
7. #FDLM
8. MarrakechDuRire
9. #EV2013
10. #LaVieDAdèle

Divertissement

1. #NonMaisAlloQuoi
2. #GTAS
3. #MissFrance
4. #Xbox One
5. #PS4
6. #LesEnfoirés
7. #iOS7
8. #Booba
9. #UrbanPeace
10. #RémiGaillard

TV

1. #DAL5
2. #VTEP
3. #ConfessionsIntimes
4. #nouvellestas
5. #ONPC
6. #SS7
7. #BabyBoom
8. #TheVoice
9. #cashinvestigation
10. #KohLanta

Politique

1. #DirectAN
2. #DPDA
3. #MariagePourTous
4. #Prostitution
5. #MotsCroisés
6. #Batho
7. #QAG
8. #Cahuzac
9. #MarineLePenNestPasDextremeDroiteEstMo
10. #CSOJ

Musique

1. #NMA
2. #JustinBieber
3. #RAM
4. #Grammys
5. #MTVhottest
6. #StarAc
7. #ConcertAFaireDansMaVie
8. #RapGod
9. #Unechansonquejeconnaisparcoeur
10. #MPokoraMemories

Infos

1. #TireurFou
2. #Spanghero
3. #JournéeDeLaFemme
4. #SiLaFranceVaMalCestACause
5. #Trappes
6. #ClementMeric
7. #11Septembre
8. #Bretigny
9. #11Novembre
10. #PapeFrancois

Sport

1. #FRAUKR
2. #FRALIT
3. #AuFoot
4. #LaDemiereFoisQueBenzemaAMarque
5. #PSGBARCA
6. #LeBarcaSansMessi
7. #UnFootballeurUneLégende
8. #UnSportUneCélébrité
9. #Beckham
10. #NBA



Communiqué de presse

22/07/2013

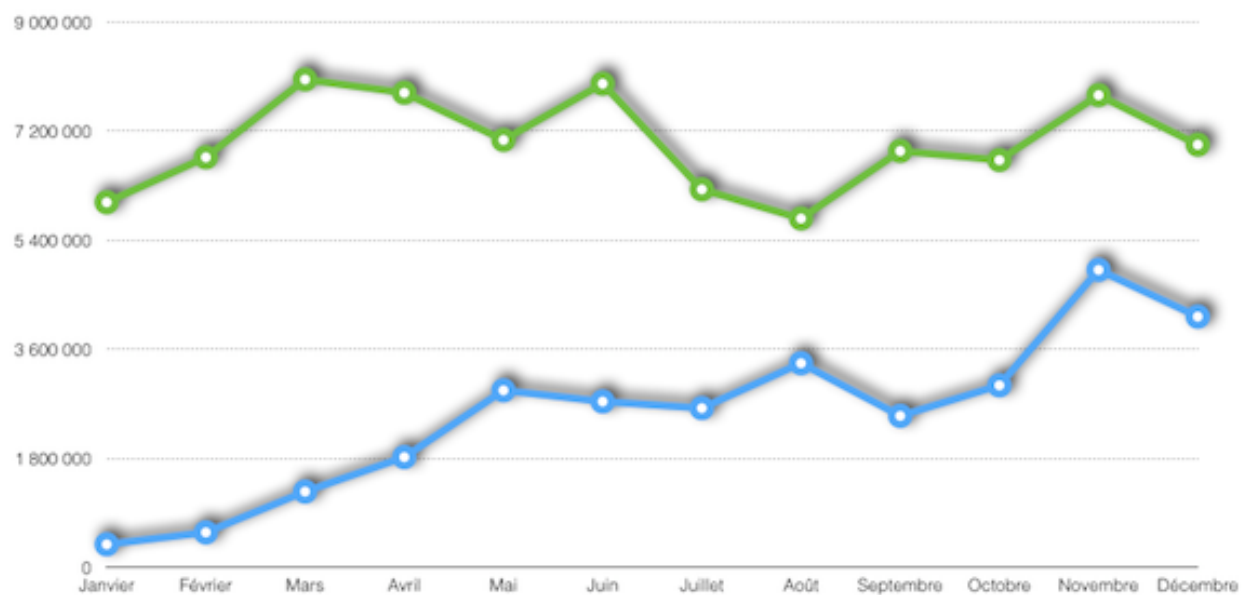
Social TV : Perception & Usages des Français

4^{ème} édition du Baromètre Semestriel

Facebook s'impose comme la plateforme de
prédilection des contributeurs de la Social TV

57% des contributeurs commentent des programmes
de télévision sur Facebook

Nombre de Tweet par mois 2012 et 2013



Source : @seevibes

Twitter TV:
Audience Viewing
Tweets is on Average

50x

the Number of
Authors Tweeting



TWITTER TV
AUDIENCE

Classement	2013 à fin décembre							Evolution en %		
	Prénom	Nom	@	Média	Followers	Tweets	Following	Followers	Tweets	Following
1	Sébastien	Cauet	@cauetofficiel	NRJ12, NRJ	1 005 461	43 021	2 628	85%	87%	59%
2	Cyril	Hanouna	@Cyrilhanouna	D8, Europe 1	694 524	1 541	236	532%	385%	293%
3	Nikos	Aliagas	@nikosofficiel	TF1, Europe 1	514 611	60 191	45 735	39%	38%	13%
4	Mathieu	Delormeau	@Mdelormeau	NRJ12	505 707	12 027	7 407	195%	72%	681%
5	Jean-Marc	Morandini	@morandiniblog	NRJ12, Europe 1	475 911	69 872	1 040	48%	50%	49%
6	Arthur	Essebag	@Arthur_Officiel	TF1	461 515	4 303	461	677%	123%	173%
7	Laurent	Ruquier	@ruquierofficiel	F2, Europe 1	416 539	5 071	192	75%	68%	21%
8	Pierre	Ménès	@PierreMenes	C+	394 425	10 668	210	188%	265%	244%
9	Jean_Luc	Lemoine	@JeanLucLemoine	D8	321 560	6 198	360	378%	103%	14%
10	Mouloud	Achour	@mouloudachour	C+	311 359	19 012	1 346	49%	69%	-30%
11	Nagui		@nagui	F2	288 228	3 430	263	126%	36%	7%
12	Karine	Ferri	@KarineFerri	TF1, TMC	279 792	4 253	551	95%	54%	49%
13	Denis	Brogniart	@denisbrogniart	TF1	242 407	7 711	504	116%	61%	55%
14	Cécile	De Menibus	@cecile2menibus	ex Direct 8, RTL	228 811	24 937	643	55%	25%	55%
15	Valérie	Damidot	@DamidotValerie	M6	218 487	17 225	465	125%	68%	12%
16	Antoine	de Caunes	@antoinedecaune1	C+	217 683	8 515	354			
17	Cristina	Cordula	@cristinacordula	M6, TEVA	213 302	3 512	99	134%	22%	30%
18	Michel	Denisot	@michel_denisot	C+	211 617	75	947	104%	-87%	-5%
19	Patrick	Sébastien	@PatSebastien	F2	205 283	4 797	30 362	109%	34%	17%
20	Christophe	Beaugrand	@Tof_Baugrand	TF1, LCI, NT1, Europe 1	183 336	39 976	2 006	149%	94%	241%



43,021
TWEETS

2,628
FOLLOWING

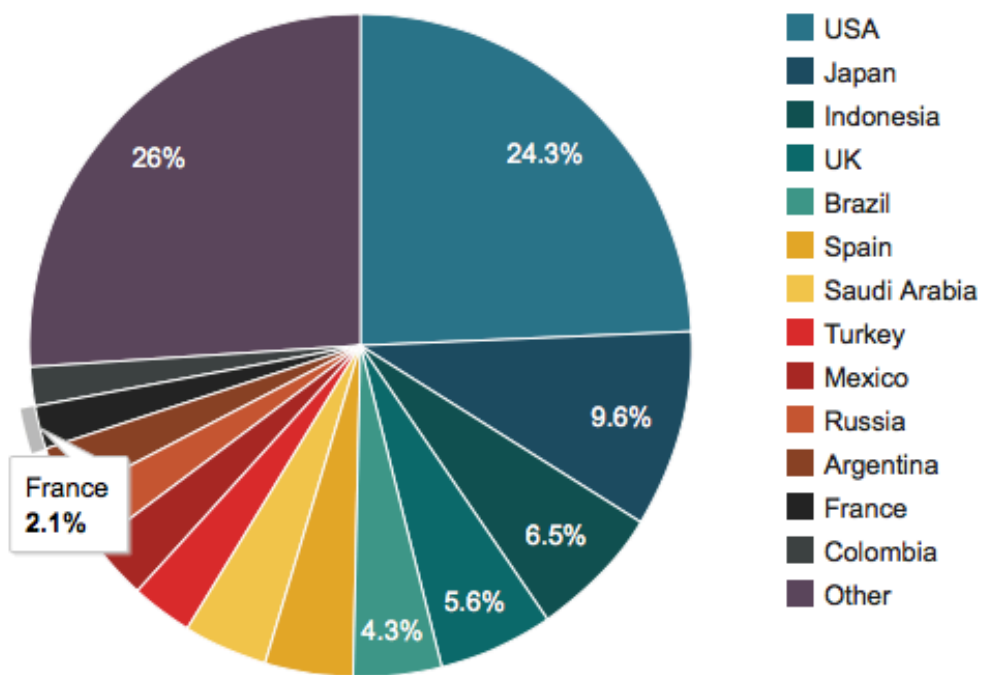
1,005,461
FOLLOWERS

2,212
LISTED



Following

Twitter users per country



source: peerreach.com

ÉTAT DES LIEUX



de la population française
âgée de 15 ans et plus
connaît Twitter

≈ 41,4 millions de personnes



de la population française âgée
de 15 ans et plus possède un
compte Twitter et l'utilise

≈ 2,3 millions de personnes

PORTRAIT DES TWITTOS ACTIFS



LES « SUIVEURS » 14%

Ils ne font que lire des tweets, sans en n'émettre aucun. Pour eux, Twitter s'apparente surtout à un moyen d'information.



LES « INTIMISTES » 36%

Ils émettent des tweets et utilisent l'outil plus activement, mais leurs messages sont destinés à un public restreint.



LES « CHATTEURS » 31%

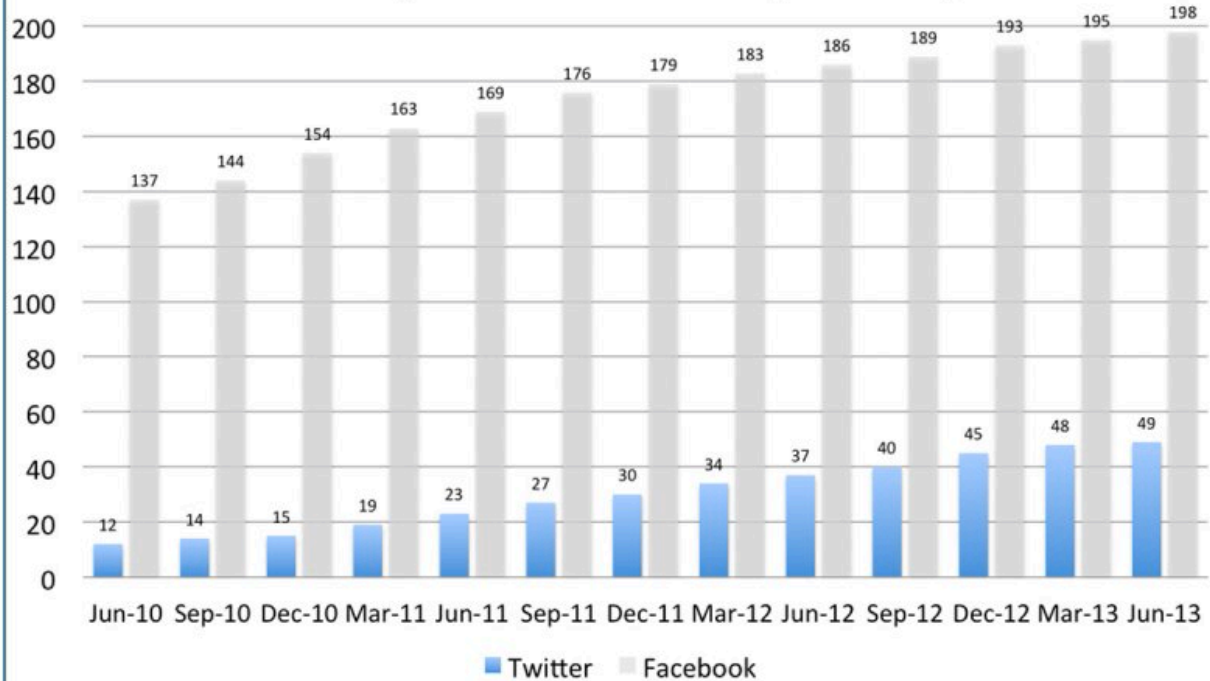
Ils émettent des tweets à destination d'un public qu'ils souhaitent élargi mais ne cherchent pas particulièrement à être influents.



LES « INFLUENCEURS » 17%

Ils émettent des tweets et cherchent véritablement à être visibles, à développer leur nombre de followers et donc à exercer une influence sur Twitter.

Twitter And Facebook Monthly Active Users U.S. (Millions)*



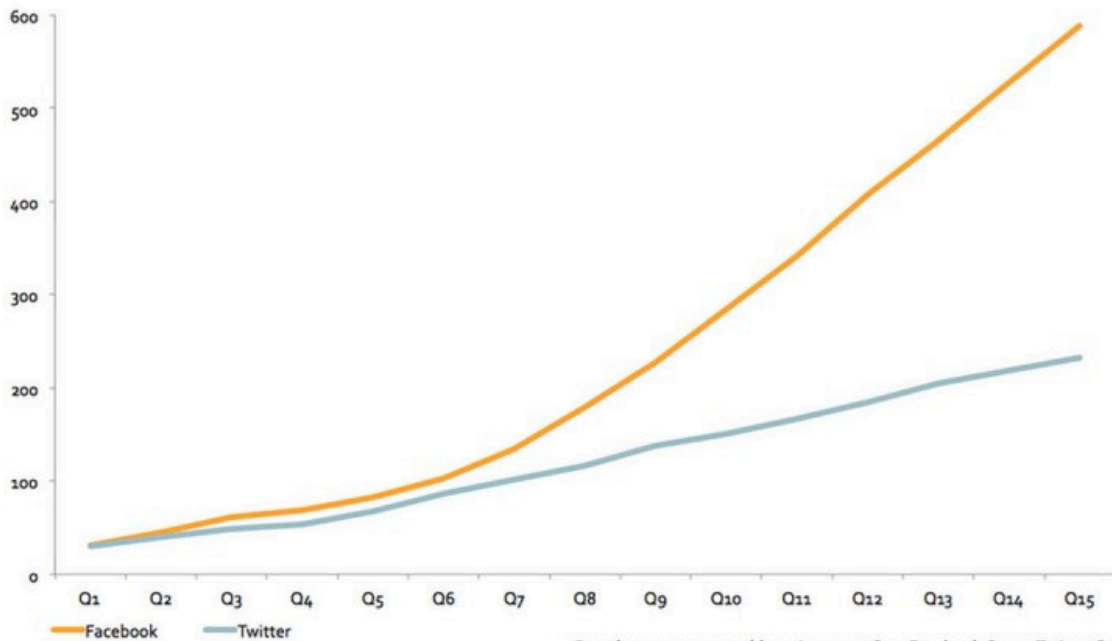
BUSINESS INSIDER

Source: Twitter, Facebook
*Facebook is US and Canada

Business Insider

Tech Chart of the Day

Twitter vs Facebook active users since hitting 30m (m)



Based on average monthly active users; Q1 = Facebook Q2 07, Twitter Q1 10
[Source: Twitter, Facebook, Enders Analysis estimates based on comScore]

ENDERS|ANALYSIS
BUSINESS INSIDER

Business Insider

DÉJÀ 1 900 000 FANS SUR FACEBOOK
A 2 MILLIONS
CAUET FAIT SON ÉMISSION CHEZ **Toi**
DANS TON SALON, TA CHAMBRE, TA CUISINE,
AVEC TA FEMME OU AVEC TES PARENTS, TON CHIEN...
ALORS COMMENCE À RANGER ! ET **ENCORE MERCI !!**

@CauetOfficiel
 @CauetOfficiel

DU LUNDI AU VENDREDI DE 20H À 23H AVEC CAUET, MARION, PIÈTRE ET JULIE

#CAUETVIENTFAIRELÉMISSIONCHEZMOI

VOUS ÉCOUTEZ, VOUS SUIVEZ, VOUS LIKEZ*, VOUS KIFFEZ* VOUS AIMEZ*
ET SI AVANT LE 20 DECEMBRE ON ATTEINT LES 2 MILLIONS CAUET SE RASE LE CRANE !

Cauet sur NRJ ✓
1 997 537 J'aime · 181 626 personnes en parlent

J'aime Message

Production et diffusion de médias
Toute l'actualité de Cauet sur <http://www.cauet.fr/>
Pour assister à C'CAUET sur NRJ : public@nrj.com
À propos · Suggérer une modification

Photos Webradios NRJ Mentions J'aime Billetterie

1,9 m ONE MAN BILLETTERIE

