



CREATION & PRODUCTION : AUDIOVISUEL/WEB

TWITTER : OÙ EN SONT LES GRANDES ENTREPRISES BRETONNES* ?

11 % DES GRANDES ENTREPRISES BRETONNES ONT UN COMPTE TWITTER. UNE INCONGRUITÉ À L'HEURE DU TOUT NUMÉRIQUE ? PAS FORCÉMENT SI L'ON EN CROIT LES RÉSULTATS DE LA RÉCENTE ENQUÊTE RENDUE PUBLIQUE PAR L'AGENCE DIGITALE GRAPHISWEET.

Les grandes entreprises bretonnes* sont-elles sur Twitter ? Et surtout que font-elles sur ce réseau social de micro-blogging et quelles sont leurs attentes ? Pour le savoir, l'agence digitale Graphisweet a mené l'enquête et passé au crible les comptes, les publications et les conversations de ces entreprises.

Résultats : 55 entreprises bretonnes sur les 500 plus grandes ont ouvert un compte officiel sur Twitter ; 40 % se sont lancées dans l'aventure depuis 2012 et seulement 14 ont publié plus de 1 000 tweets. Le tout pour des résultats extrêmement variables : 70 % du panel a moins de 500 followers. Et si 4 entreprises émergent largement en tête de ce classement avec plus de 50 000 Twittos, plus de 70 % du panel a moins de 500 followers. Seulement 3 ont à la fois une fréquence quotidienne et un niveau de publication supérieur à 10 tweets : Ouest-France (50), Le Télégramme (25) et enfin le Stade Rennais (10).

Vincent Tricot, fondateur de Graphisweet nous donne quelques clés pour interpréter ces résultats : « Il ne faut pas cantonner l'exercice à une approche purement statistique. Les chiffres sont éclairants mais ils ne sont pas tout. Les grandes entreprises hésitent à gazouiller pour plusieurs raisons : par timidité maladive à communiquer, par manque de volonté stratégique et par méconnaissance des réseaux sociaux et des bénéfices à attendre. »

En résumé il est question de niveau de maturité digitale et de retour sur investissement ? « Etre sur Twitter pour être sur Twitter ça n'a aucun sens. Comme de prendre la parole à tort et à travers ou de promouvoir uniquement ses contenus. Il faut penser réseau. Agir réseau. Définir une ligne éditoriale ainsi qu'une politique de conversation et d'engagement. Et tenir ses promesses. Il y a des coups à prendre sur les réseaux sociaux. Le risque réputationnel est important. Twitter, c'est tout sauf l'improvisation ! »

LES 7 CHIFFRES CLES DE L'ETUDE

1/11 % des entreprises réalisant plus de 10 M de CA ont un compte Twitter ; 2/ 4 leaders à suivre : n°1 : Ouest-France (247 394 followers) ; n°2 : Le Stade Rennais Football Club (175 532 followers) ; n°3 : Cummins Filtration SARL (55 392 followers) ; n°4 : Le Télégramme (55 503 followers) ; 3/ 3 entreprises publient en moyenne plus de 10 tweets par jour : Ouest-France (50), Le Télégramme (25) et enfin le Stade Rennais (10) ; 4/ 7,2 % des grandes entreprises ont plus de 50 000 followers ; 5/ 36 % ont moins de 100 followers ; 6/ 42 % se sont lancées sur Twitter il y a moins de 3 ans ; 7/ 36 % des grandes entreprises bretonnes présentes sur Twitter sont installées à Rennes ou à Rennes Métropole.

CONTENT & COMMUNITY MANAGER : DES METIERS D'AVENIR

Autre enseignement : un 1/3 des grandes entreprises (36%) qui sont présentes sur Twitter sont installées à Rennes ou à Rennes Métropole.

Tout sauf une surprise pour David Tricot, cofondateur de l'agence digitale - laquelle incube depuis plusieurs semaines une fabrique à contenus - : « Rennes est la capitale économique de la Bretagne. La présence de nombreux sièges sociaux fausse un peu la donnée. Mais la réalité, c'est que le territoire et la population sont viscéralement connectés à cette thématique du digital. Les initiatives dans le domaine sont florissantes : open data, labfab, arts numériques, etc. Sans parler de la vitalité des acteurs locaux et des startups en cours d'éclosion. »

Pour autant, Twitter est-il l'avenir de la communication pour les entreprises ? « C'est un sujet. Parmi d'autres. Les entreprises ne pourront plus ignorer les réseaux sociaux : Twitter et tous les autres. Ce sont des médias et aussi des outils professionnels qui permettent de piloter les RH, faire de la veille, et détecter des opportunités d'affaires, d'anticiper les signaux faibles, de remédier à certaines crises, d'échanger en direct avec leurs parties prenantes, faire du SAV, etc. Il y a des équilibres à trouver entre présence, absence et distance. Et puis, on est entré de plain-pied dans l'ère des contenus. En 2017, plus de 70 % des contenus consommés seront des vidéos. »

Reste la question de la création locale d'emplois : « Le besoin existe. C'est une évidence. Les entreprises recherchent des développeurs, des data scientists mais aussi des community et des content managers. Ce sont des métiers nouveaux et une charge supplémentaire à assumer. » Alors interne ou sous-traitance ? « Le responsable de la communication est un chef d'orchestre pas un big band à lui tout seul. Il aura besoin d'être accompagné par des spécialistes et des réseaux sociaux et de la production de contenus vidéo. »

* Celles qui réalisent un chiffre d'affaires supérieur à 10 millions d'euros et dont le siège social est implanté en Bretagne
Ndr : étude réalisée entre le 11 et le 15/01/2016.

CONTACT PRESSE

Tél. **02 99 65 43 69** - Port. **06 38 90 76 91** - Mail : contact@graphisweet.com



GRAPHISWEET : L'ARTISAN DU DIGITAL À RENNES

Créée en 2004, Graphisweet est une petite agence digitale rennaise et un acteur reconnu de la création et de la production de contenus audiovisuels (film, vidéo, 2D, 3D, dataviz, motion design) et de supports web (site internet, web app). Signes distinctifs : des ingrédients de qualité et des recettes créatives pour écouter, comprendre et inventer avec ses clients – qu'ils soient privés ou institutionnels – des solutions qui leur ressemblent.

Pour en savoir plus :

www.graphisweet.com

Venez prendre
un **Café!**



Suivez-nous sur :

