

**INTERNET**

**Selon une étude de la société SemioCast, la part des Etats-Unis et de l'anglais dans le site de micro-blogging est en baisse. La France, elle, reste sous-représentée, même si Twitter gagne des adeptes dans l'Hexagone.**

# Twitter fait exploser les frontières du Net

Twitter prend de l'importance en France, mais l'Hexagone reste à la traîne par rapport à d'autres pays. Selon une étude de la société SemioCast, réalisée entre le 21 et le 28 mars, à peine plus de 1 % des messages postés sur Twitter l'ont été depuis la France. Le pays pèse davantage sur le site de micro-blogging qu'en début d'année (0,9 %), Twitter étant lui-même en forte croissance. Il a dépassé les 75 millions d'utilisateurs à travers le monde fin 2009 et les 11 milliards de « tweets » il y a quelques jours. *« Twitter ne peut évidemment pas être comparé à Facebook, particulièrement populaire en France avec 80 % des 15-24 ans qui y sont connectés, explique Paul Guyot, PDG de SemioCast. Mais le site prend incontestablement de*

*l'importance et va continuer à en prendre, car il répond à une demande de discussion permanente des internautes. »* Surprise dans les conclusions de SemioCast : à peine 60 % des « tweets » postés en France le sont en français. Contrairement aux idées reçues, les Français seraient donc particulièrement à l'aise avec l'anglais. Sur Twitter, tout du moins. Ces chiffres sont en phase avec ceux publiés par la société Sysomos. En janvier, celle-ci affirmait que moins de 1 % des utilisateurs du site étaient français.

## **L'anglais en baisse**

La mondialisation de Twitter se reflète dans la perte d'influence – toute relative – des Etats-Unis : les internautes américains ont

posté 30 % des « tweets » sur la période étudiée. Le deuxième pays le plus actif sur le site est le Japon (15 % des messages), devant le Brésil (12 %), l'Indonésie (10 %) et le Royaume-Uni (6 %). Selon SemioCast, Twitter ferait donc exploser les frontières traditionnelles : certains grands marchés, comme l'Allemagne, la France ou la Corée du Sud, sont sous-représentés par rapport à des pays émergents comme le Brésil, l'Indonésie, voire le Mexique et le Venezuela.

Pour Paul Guyot, il y a là, à la fois, des raisons locales et des explications sociologiques. *« Sur Twitter, tout le monde est sur un pied d'égalité, personne n'a a priori plus d'influence qu'un autre. Et en Indonésie, par exemple, la plupart*

*des "tweets" sont envoyés depuis un BlackBerry, qui connaît un fort succès dans le pays. »* Le Brésil, lui, serait surreprésenté grâce à l'engouement qu'il connaît pour les réseaux sociaux.

L'anglais est également de moins en moins utilisé dans les messages. A peine 44 % des « tweets » ont été écrits en anglais sur la période contre 50 % il y a six semaines. Parmi les langues qui se portent bien sur le réseau : le japonais, le portugais, le malais et l'espagnol. La langue française n'est que 11<sup>e</sup>. Dernière particularité de Twitter : il draine, contrairement à Facebook, par exemple, une audience un peu plus âgée (autour de 35 ans) et plus féminine.