
Panorama de la presse française sur Twitter



visibrain

Le logiciel de veille des médias en ligne

01 85 08 85 90
www.visibrain.com
contact@visibrain.com



Edito

Depuis le début des années 2 000, le modèle économique de la presse est soumis à la rude épreuve de la digitalisation. L'apparition d'internet a modifié la façon dont nous consommons l'information. Des quantités d'articles, de billets, d'alertes fourmillent sur le web. Chacun peut se revendiquer média en diffusant une information sur les réseaux sociaux sans en vérifier la source. Une fois consommée l'information est diffusée, réinterprétée, confrontée, « fact-checkée ».

Produire plus, en moins de temps, sans transiger sur la qualité du contenu c'est le grand défi que la presse a bien de mal à relever.

Comment continuer d'avoir une valeur ajoutée dans un monde où chacun peut se revendiquer média ? Comment soutenir le rythme sans tomber dans l'écueil du contenu vide ? En somme, comment négocier le virage de la digitalisation ?

L'étude a pour ambition de livrer un aperçu fidèle de la manière dont évolue la presse française à l'ère de la communication digitale. Quel acteur a réussi le pari ? Quelles stratégies ont-adopté ceux qui s'en sortent ?

Cette étude est réalisée par Visibrain, plateforme de veille des médias en ligne, utilisée par les marques et les agences pour gérer les problématiques d'image de (leurs) marque(s) à l'ère de l'information massive et temps-réel.

METHODOLOGIE : La plateforme Visibrain a suivi l'activité de 80 sites de presse français grâce à sa technologie unique qui tire parti des données Twitter, le système nerveux du web. Plusieurs échelles de temps sont utilisées dans l'étude, chaque fois précisées.

Sommaire

- 4 I. ACTIVITÉ MENSUELLE DE LA PRESSE EN LIGNE
- 7 II. CLASSEMENT DES ARTICLES DE LA PRESSE EN LIGNE LES PLUS PARTAGÉS
- 11 III. SOURCES MÉDIATIQUES LES PLUS CONSOMMÉES SUR TWITTER
- 12 IV. IMPACT DES 10 COMPTES MÉDIAS AVEC LE PLUS DE FOLLOWERS
- 14 V. STRATÉGIE DIGITALE DES 10 COMPTES MÉDIAS LES PLUS SUIVIS
- 16 VI. ÉVOLUTION DES FOLLOWERS DES 10 COMPTES MÉDIAS LES PLUS SUIVIS DEPUIS 2014
- 17 VII. CONCLUSION

Activité mensuelle de la presse en ligne

En février 2016, 420 446 articles de presse ont été publiés sur Twitter. Ces articles ont généré 4 189 992 tweets, 489 206 utilisateurs ont interagi dessus. En janvier 2016 ce sont 411 844 articles qui ont été publiés et 4 333 852 tweets. En décembre 2015, 4 155 078 tweets et en novembre 2015 496 531 articles pour 5 611 437 tweets.

L'activité normale de la presse flirte avec une moyenne de 4 millions de tweets et de 420 000 articles par mois. Il s'agit d'une activité très élevée, bien supérieure en comparaison à celle générée par une marque comme Coca Cola sur un mois (environ 1 million de tweets).

Pour le mois de février 2016, trois thématiques principales se dégagent.

1. LE SPORT :

Les groupes de mots et hashtags les plus fréquemment utilisés dans les tweets sont #psg, foot, #sport.

The screenshot shows a Twitter search interface for the filter 'Presse française'. At the top, there are buttons for 'Create alert' and 'Save as...', and a date range selector set to '01 Feb 2016 00:00 - 01 Mar 2016 00:00'. Below this, a message states 'No favorite for this filter yet. Save the filter to create a favorite and set up an email alert.' The main navigation tabs are 'OVERVIEW', 'ANALYSIS', and 'DATA', with 'ANALYSIS' selected. Under 'ANALYSIS', there are sub-tabs for 'Content', 'Demographics', and 'Links', with 'Content' selected. The search results show '4,189,992 tweets matching this filter'. Below the results, there are three filter buttons: 'Hashtags' (selected), 'Expressions', and 'Mentions'. The 'Hashtags' section displays a list of popular hashtags: #nddl, #innovation, #express, #oitravail, #syrie, #nouvellerepublique, #inloodwetrust, #dpda, #culture, #aurier, #sports, #sport, #news, #psg, #immobilier, #googlealerts, #onvautmieuxqueca, #société, #om, #zapping, #info, #france, #paris, #rmclive, #lemonde, #politique, #hollande, #valls, #nantes, #zika, #startup, #, #afp, #marseille, #migrants, #remaniement, #elkhomri, #economie, #emploi, #santé, #frenchtech, #jdd, #sassoufit, #iran, #calais, #sarkozy, #brexit, #toulouse, #actu, #rennes.

2. LA POLITIQUE :

Les groupes de mots et de hashtags les plus utilisés après le champ lexical du sport sont #politique, #hollande, gouvernement, Sarkozy.

The screenshot shows a Twitter search interface for 'Presse française'. At the top, there are buttons for 'Create alert' and 'Save as...', and a date range filter set to '01 Feb 2016 00:00 - 01 Mar 2016 00:00'. Below this, a message states 'No favorite for this filter yet. Save the filter to create a favorite and set up an email alert.' The main navigation bar includes 'OVERVIEW', 'ANALYSIS', and 'DATA'. Under 'ANALYSIS', there are sub-tabs for 'Content', 'Demographics', and 'Links'. The search results show '4,189,992 tweets matching this filter'. A filter bar at the bottom of the results area includes 'Hashtags', 'Expressions' (which is selected), and 'Mentions'. The 'Expressions' section displays a list of terms in various sizes and colors, representing their frequency. The most prominent terms are 'france', 'hollande', 'gouvernement', 'vote sur l'état', 'migrants', 'paris', 'syrie', 'sarkozy', 'monde', 'calais', 'lefigaro', 'ans', 'reform', 'l'express', 'déchéance de nationalité', 'manuel valls', 'réforme de l'orthographe', 'agriculture', 'gauche', 'mars', 'français', 'point', 'vidéo', 'football', '2017', 'pen', 'facebook', 'projet de loi', 'bfmtv', 'images', 'foot', 'lepoint', 'lyon', 'cest', 'video', 'valls', 'remaniement', 'calais', 'donald trump', 'lesechos', 'examen', 'février', 'google', 'femmes', 'constitution hier', 'ligue 1', 'personnes', 'rugby', 'virus zika', 'françois hollande', 'marseille', 'direct', 'travail', 'homme', 'zika', 'figaro', 'afp', 'salon de lagriculture', 'droite', 'jungle', 'nicolas sarkozy', '20minutes', 'leparisien', and 'serge aurier'.

LES SUJETS POLITIQUES LES PLUS ABORDÉS EN FÉVRIER SONT :

- la question des migrants à Calais
- le vote sur l'état d'urgence
- la déchéance de nationalité

3. LES QUESTIONS INTERNATIONALES :

Le troisième champ lexical le plus fréquemment utilisé tourne autour des mots monde et Syrie.

Il est intéressant de constater que ces trois thématiques se suivent mois après mois, le sport et notamment le football occupe une grande place dans la presse sur Twitter ainsi que les questions de politiques intérieure et extérieure. En effet, en janvier les expressions les plus utilisées ressemblent fortement à celles de février (cf ci-dessous) avec des mots comme « gouvernement », « Hollande », « déchéance de nationalité », « foot », « Marseille »

The screenshot shows a web interface for analyzing tweets. At the top, it says "Presse française" with a plus sign icon. Below this are buttons for "Create alert" and "Save as...", and a date range selector set to "01 Jan 2016 00:00 - 01 Feb 2016 00:00". A message states: "No favorite for this filter yet. Save the filter to create a favorite and set up an email alert." The interface has tabs for "OVERVIEW", "ANALYSIS", and "DATA". Under "ANALYSIS", there are sub-tabs for "Content", "Demographics", and "Links". It indicates "4,333,852 tweets matching this filter". There are three filter buttons: "Hashtags", "Expressions" (which is selected), and "Mentions". An "Export data" button is also present. The main content is a word cloud of expressions, with the most prominent words being "vidéo", "foot", "monde", "paris", "gouvernement", "hollande", "france", "video", "déchéance de nationalité", "marseille", "2015", "lefigaro", "lesechos", "cologne", "christiane taubira", "liran", "transfert", "lyon", "leparisien", "fois", "daech", "afp", "migrants", "images", "figaro". Other visible words include "macron", "justice", "personnes", "français", "larabie saoudite", "direct", "turquie", "ouagadougou", "ligue 1", "lexpress", "françois", "hollande", "ans", "mort", "femmes", "pen", "toulouse", "femme", "attentats de paris", "20minutes", "cest", "syrie", "allemagne", "agressions sexuelles", "chine", "taubira", "psg", "lepoint", "gauche", "droite", "attentats", "valls", "sarkozy", "homme", "arabie saoudite", "terrorisme", "david bowie", "rennes", "parisien", "charlie hebdo", "coupe de france", "police", "2016", "open daustralie", "point", "calais", "morts", "janvier", "chômage", "marseille", "2015", "lefigaro", "lesechos", "cologne", "christiane taubira", "zidane", "liran", "video", "transfert", "lyon", "leparisien", "fois", "daech", "afp", "migrants", "images", "figaro".

Classement des articles de la presse en ligne les plus partagés

Grâce à la capacité de hiérarchisation des données de la plateforme Visibrain, nous avons établi une revue de presse des articles les plus populaires.

TOP 10 DES ARTICLES LES PLUS PARTAGES EN FEVRIER 2016

- 1/ « Etat d'urgence : demandez à votre député pourquoi il n'a pas voté lundi »**
9 février – 22 831 retweets [[LIEN-libération.fr](#)]
- 2/ « Adieu accent circonflexe, la réforme de l'orthographe va s'appliquer en septembre »**
4 février – 6 971 retweets [[LIEN-bfmtv.com](#)]
- 3/ « Non l'accent circonflexe ne va pas disparaître »**
4 février – 4 504 retweets [[LIEN-lemonde.fr](#)]
- 4/ « L'académie française valide finalement 'ils croivent' et 'faut qu'on voye' »**
21 mai 2014 – 3 566 retweets [[LIEN-legorafi.fr](#)]
- 5/ « Umberto Eco, auteur du 'Nom de la rose' : mort du plus lettré des rêveurs »**
22 février – 2 683 retweets [[LIEN-lemonde.fr](#)]
- 6/ « Crise de l'élevage : Intermarché accepter d'acheter plus cher, l'Europe refuse »**
27 février – 2 542 retweets [[LIEN-sudouest.fr](#)]
- 7/ « Allociné : le grand malaise »**
18 février – 2 458 retweets [[LIEN-teleobs.nouvelobs.com](#)]
- 8/ « Atrophies crâniennes et virus Zika : des médecins suspectent plutôt un produit chimique »**
12 février – 2 346 retweets [[LIEN-parismatch.com](#)]
- 9/ « Brexit : que pèse le Royaume-Uni dans le budget européen ? »**
16 février – 2 280 retweets [[LIEN-lemonde.fr](#)]
- 10/ « L'Etat justifie les contrôles au faciès »**
25 février – 2 220 retweets [[LIEN-mediapart.fr](#)]

Un constat : rien ne s'oublie sur internet. Un article du site satirique le Gorafi de 2014 sur l'orthographe réapparaît ainsi en février 2015 pendant les discussions sur la réforme de la langue française. L'article connaît une troisième vie et renaît de ses cendres un an plus tard.

TOP 10 DES ARTICLES LES PLUS PARTAGES EN 2015

Le classement est trusté par les sombres actualités qui ont marqué l'année 2015, les attentats au siège de Charlie Hebdo et ceux du 13 novembre à Paris.

1/ « En direct – Attentats de Paris : des proches d'un terroriste arrêtés »

13 novembre – 51 368 retweets [[LIEN-lefigaro.fr](#)]

2/ « Revivez l'attaque de Charlie Hebdo minute après minute »

7 janvier – 46 548 retweets [[LIEN-lefigaro.fr](#)]

3/ « Vigipirate à son plus haut niveau »

12 janvier – 40 327 retweets [[LIEN-lemonde.fr](#)]

4/ « Attentat contre 'Charlie Hebdo' : la rédaction décimée »

7 janvier – 22 255 retweets [[LIEN-lepoint.fr](#)]

5/ « Mahomet en une du 'Charlie Hebdo' de mercredi »

13 janvier – 19 643 retweets [[LIEN-libération.fr](#)]

6/ « Revivez la traque des terroristes minute par minute »

8 janvier – 19 429 retweets [[LIEN-lefigaro.fr](#)]

7/ « #JeSuisCharlie, l'un des hashtags les plus populaires de l'histoire de Twitter »

9 janvier – 17 789 retweets [[LIEN-metronews.fr](#)]

8/ « Charb, le rire d'abord »

8 janvier – 16 262 retweets [[LIEN-lemonde.fr](#)]

9/ « En direct : Hollande ordonne l'intensification des frappes contre l'EU en Syrie comme en Irak »

27 novembre – 13 371 retweets [[LIEN-lemonde.fr](#)]

10/ « En direct – Fusillades à Paris : au moins 120 morts dans les attaques »

13 novembre – 12 176 retweets [[LIEN-bfmtv.com](#)]

TOP 10 DES ARTICLES LES PLUS PARTAGÉS EN 2014

1/ « Australie : un poisson rouge opéré d'une tumeur au cerveau »

16 Septembre – 21 647 Retweets [[LIEN-leparisien.fr](#)]

2/ « Le risque qu'Ebola atteigne la France est élevé »

5 Octobre – 14 050 retweets [[LIEN-lesechos.fr](#)]

3/ « Des chauves-souris tombent du ciel, l'Australie ploie sous la chaleur »

10 janvier – 12 698 retweets [[LIEN-lemonde.fr](#)]

4/ « Japon : des 'mariages solo' pour les célibataires »

30 Octobre – 10 986 retweets [[LIEN-20minutes.fr](#)]

5/ « Paris : la ville met fin aux cadenas d'amour ! »

19 Septembre – 9 645 retweets [[LIEN-leparisien.fr](#)]

6/ « Fort Boyard : Yves Marchesseau alias 'La Boule' est mort »

29 Septembre – 9 289 retweets [[LIEN-20minutes.fr](#)]

7/ « New York : des boîtes de nuit s'ouvrent aux enfants de 6 à 12 ans »

29 Octobre – 9 260 retweets [[LIEN-20minutes.fr](#)]

8/ « Homo, violé puis exclu de Saint-Cyr : comment l'armée veut se débarrasser de moi »

27 Septembre – 9 148 retweets [[LIEN-leplus.nouvelobs.com](#)]

9/ « A New York, un coiffeur coupe gratuitement les cheveux des sans-abris »

19 août – 8730 retweets [[LIEN-huffingtonpost.fr](#)]

10/ « Il sèche les cours pour voir Hollande, qui signe son mot d'absence »

9 Octobre – 8 289 retweets [[LIEN-tempsreel.nouvelobs.com](#)]

TOP 10 DES ARTICLES DE PRESSE FRANÇAISE LES PLUS PARTAGÉS EN 2013

1/ « L'Uruguay adopte la loi sur la légalisation du cannabis »

11 décembre – 7978 retweets [[LIEN-lemonde.fr](#)]

2/ « Fusillades à Paris : le suspect toujours en cavale »

18 novembre – 7342 retweets [[LIEN-leparisien.fr](#)]

3/ Soldes à Virgin : « Vous vous êtes comportés comme des pourritures »

16 mai – 5701 retweets [[LIEN-rue89.com](#)]

4/ « Mort de Nelson Mandela, l'Africain capital »

5 décembre – 4726 retweets [[LIEN-lemonde.fr](#)]

5/ « Mexique : elle accouche à seulement 9 ans ! »

6 février – 4475 retweets [[LIEN-leparisien.fr](#)]

6/ « Saint Maur : Coups de feu sur la voiture du rappeur La Fouine »

4 février – 4408 retweets [[LIEN-leparisien.fr](#)]

7/ « Lettre à ma belle-sœur Frigide Barjot »

15 avril – 4108 retweets [[LIEN-huffingtonpost.fr](#)]

8/ « Avignon : une campeuse est réveillée par un inconnu qui lui lèche l'anus »

29 juillet – 3949 retweets [[LIEN-midilibre.fr](#)]

9/ « Paris : il se promène nu dans le métro »

20 novembre – 3931 retweets [[LIEN-lefigaro.fr](#)]

10/ « Tim, 19 ans, homosexuel, jeté à la rue par ses parents »

6 avril – 3865 retweets [[LIEN-lemonde.fr](#)]

Ces classements annuels témoignent de la viralité toujours accrue de la presse en ligne. En effet, en 2013 l'article le plus partagé atteint péniblement les 8 000 partages tandis qu'en 2014 le nombre est multiplié par trois et en 2015 le top article compte plus de 50 000 partages. Désormais, les articles de presse connaissent une seconde vie après la lecture et les commentaires. Ils sont partagés et commentés directement sur les réseaux sociaux ainsi l'impact de chaque article ne dépend pas uniquement de son sujet mais aussi de la manière dont il est rediffusé par les internautes.

Sources médiatiques les plus consommées sur Twitter :

Le classement ci-dessous indique les sites des médias les plus partagés dans l'ensemble du flux Twitter en février. Cette approche permet d'avoir un aperçu de la viralité globale d'un média sur le web.

Les internautes puisent leurs informations en priorité sur le Monde, le Figaro et le Parisien.

Volume	Domain	Number	%
	lemonde.fr	470,086	11.2
	lefigaro.fr	296,442	7.1
	leparisien.fr	242,678	5.8
	20minutes.fr	220,726	5.3
	lequipe.fr	220,351	5.3
	liberation.fr	175,990	4.2
	bfmtv.com	157,266	3.8
	lepoint.fr	149,739	3.6
	lesechos.fr	136,873	3.3
	ouest-france.fr	98,550	2.4

Ce triplé de tête est le même en janvier.

Volume	Domain	Number	%
	lemonde.fr	465,458	10.7
	leparisien.fr	285,241	6.6
	lefigaro.fr	284,870	6.6
	lequipe.fr	246,323	5.7
	20minutes.fr	229,173	5.3
	bfmtv.com	175,356	4
	liberation.fr	162,142	3.7
	lepoint.fr	148,637	3.4
	lesechos.fr	132,547	3.1
	huffingtonpost.fr	118,333	2.7

Entre janvier 2015 et mars 2016 (cf classement ci-dessous), cette tendance se confirme.

- 1) "lemonde.fr"
- 2) "lefigaro.fr"
- 3) "leparisien.fr"
- 4) "lequipe.fr"
- 5) "20minutes.fr"
- 6) "liberation.fr"
- 7) "bfmtv.com"
- 8) "lepoint.fr"
- 9) "lesechos.fr"
- 10) "huffingtonpost.fr"

Le Monde est identifié par les utilisateurs comme la source d'informations la plus digne à partager avec Le Figaro et Le Parisien.

Impact des 10 comptes médias avec le plus de followers

Nous avons décortiqué l'impact des articles des 10 comptes de la presse française les plus suivis sur Twitter. A la différence du classement précédent, seuls les tweets émis par les comptes officiels des médias sont comptés ; les internautes qui partagent spontanément un article sur Twitter ne sont pas inclus.

Cette approche permet d'évaluer la performance de la stratégie spécifique des médias sur Twitter.

1) Le plus suivi est **@lemondefr**, ce-dernier a une activité générale de 93 466 tweets et retweets sur le mois de février. Plus en détails, le compte officiel du quotidien Le Monde a publié en février 1 642 tweets comportant un lien vers un de ses articles. Ces 1 642 tweets ont généré 91 824 retweets.

2) Le deuxième compte le plus suivi est **@lequipe**. L'activité autour du compte du journal sportif est de 117 524 tweets et retweets en février. En détails, @lequipe a publié 3 212 tweets contenant un lien vers un de ses articles parvenant ainsi à générer 114 312 retweets.

3) Vient ensuite **@Le_Figaro**, avec une activité de 48 191 tweets et retweets. Cette activité se découpe ainsi : 2 122 tweets publiés avec un de leurs articles, 46 069 retweets ainsi générés.

4) **@20Minutes** produit une activité de 122 867 tweets et retweets en février. Le compte Twitter de 20 Minutes a posté 6 412 tweets comportant un lien vers un de leurs articles qui ont été retweetés 116 455 fois.

5) En cinquième position le compte de **@libe** a une activité mensuelle de 56 059 découpée en 2 163 tweets vers un de leurs articles et 53 896 retweets générés.

6) Le compte de **@BFMTV** a généré en février 122 275 tweets et retweets. **@BFMTV** a publié 4 613 tweets avec un lien vers un de leurs articles provoquant de fait 117 662 retweets.

7) **@mediapart** tourne autour de 15 702 tweets et retweets en février. Ils n'ont publié que 507 tweets qui ont engendré 15 195 retweets.

8) Le huitième compte le plus suivi est celui du Parisien. **@le_Parisien** a eu une activité de 60 997 tweets et retweets en février. Leur activité s'articule comme suit : 2 251 tweets avec un lien vers un de leurs articles et 58 746 retweets générés par ces tweets.

9) **@LEXPRESS** a généré 31 360 tweets et retweets en février. Leurs 2 247 tweets mensuels avec lien vers un de leurs articles ont généré 29 113 retweets.

10) Pour terminer, le compte **@Rue89** a généré une activité globale de 3 922 tweets sur le mois découpée en 280 tweets qui ont provoqué 3 642 retweets.

De prime abord c'est le compte du quotidien 20 Minutes qui a le meilleur impact avec une activité globale 122 867 partages autour de leurs articles sur le mois.

Pourtant si nous analysons plus en profondeur, il faut faire la distinction entre le contenu qu'ils ont tweeté et les retweets que ces tweets sont parvenus à générer. C'est en réalité Le Monde qui a le meilleur taux de retweets (56%), l'information qu'ils distribuent est jugée digne de confiance et donc largement retweetée. A l'inverse, l'Express produit beaucoup de tweets mais n'est retweeté qu'à 12%.

L'équipe, Médiapart et le Parisien ont un rapport tweets / retweets dans la moyenne allant de 25 à 35%.

20 minutes en revanche est le plus proluxe mais pas forcément le plus impactant... Il fait même partie des trois moins impactant de cette liste.

Stratégie digitale des 10 comptes médias les plus suivis

L'impact que génèrent les articles des 10 comptes médias les plus suivis a été analysé ci-dessus. Voyons désormais la stratégie digitale qu'ils adoptent pour promouvoir leur contenu et leur réputation. Pour ce faire, nous avons commencé par distinguer la quantité de tweets rédigés par le compte média et qui comportent un lien vers leurs articles, de la quantité de retweets que le compte effectue des tweets d'autres comptes partageant leurs articles.

- 1) **@lemondefr** a donc publié 1 642 tweets avec un lien vers ses articles et le compte a lui-même retweeté 1535 fois sur un mois.
- 2) Le compte de **l'Equipe** a produit 3 212 tweets et n'a retweeté que 21 autres tweets.
- 3) Le compte du **Figaro** a écrit 2 122 tweets et en a retweeté 2 536.
- 4) **20 minutes** a composé 6 412 tweets et en a retweeté 207 fois.
- 5) Le compte Twitter de Libération **@libe** a rédigé 2 163 tweets et a retweeté 150 fois.
- 6) **@BFMTV** a publié 4 613 tweets et a retweeté 787 tweets.
- 7) **@mediapart** a quant à lui rédigé 507 tweets et fait l'action d'en retweeter 487.
- 8) Le compte du **Parisien** a composé 2 251 tweets et en a repartagé 425.
- 9) **@LEXPRESS** est à 2 247 tweets rédigés en février contre seulement 22 retweetés.
- 10) Enfin le compte Twitter de **Rue 89** a publié 280 tweets et en a retweeté 60 fois.

Le compte Twitter le plus actif est celui de 20 minutes, c'est en effet celui qui publie le plus de tweets en revanche il retweete très peu.

Le Monde et Le Figaro sont sur une proportion de tweets/retweets beaucoup plus comparables : Le Monde a retweeté presque autant qu'il a tweeté et le Figaro a retweeté légèrement plus qu'il n'a tweeté. Le contenu qu'ils retweetent provient en grande partie de leurs autres comptes jumeaux comme @lemonde_M, @decodeurs, @lemonde_pol, @lemonde_planete... Et pour le Figaro : @Figaro_TV, @Figaro_Inter, @Madamefigaro, @FigaroTech etc...

Sur les réseaux, les médias se placent clairement en pourvoyeur de contenu ce qui est cohérent avec leur fonction informative. La multiplicité des comptes annexes pour les grands médias les amènent pourtant à retweeter ce contenu plus massivement pour le ramener sur une voie centrale de diffusion d'information. La question de l'utilité de ces comptes annexes peut alors être posée.

Cette conclusion faite il est intéressant de voir quelle quantité de contenus produisent les médias. De fait, la plateforme de veille des médias en ligne Visibrain a recensé le nombre d'articles produits et partagés entre janvier 2015 et mars 2016 par les médias.

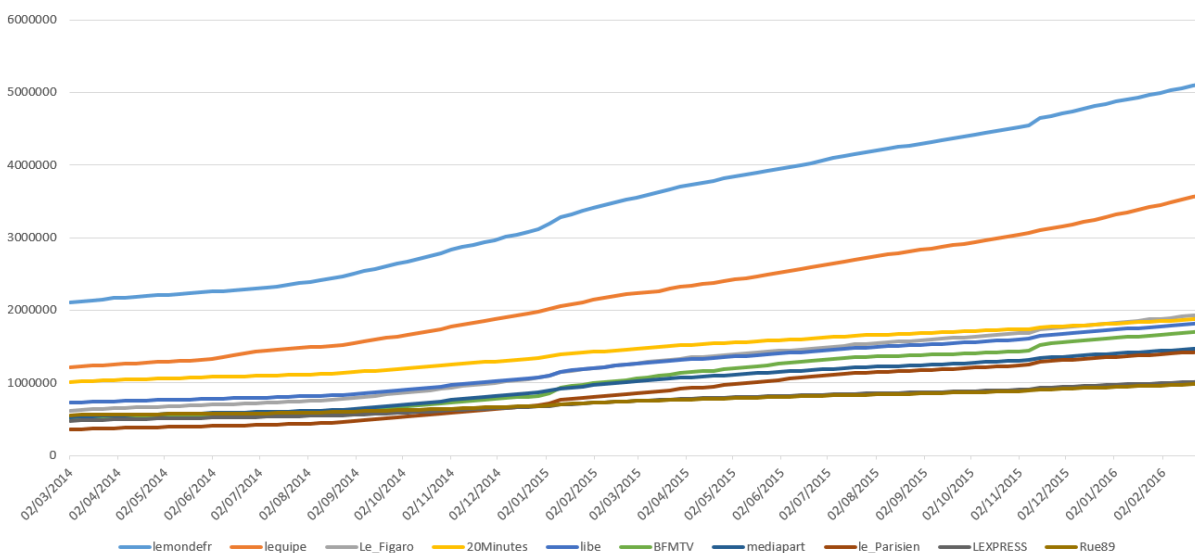
ENTRE CES DEUX DATES :

- 244 853 articles différents de lefigaro.fr ont été partagés sur Twitter
- 233 919 articles différents de leparisien.fr
- 208 149 articles différents de Lemonde.fr
- 163 177 articles différents de lequipe.fr
- 134 062 articles différents de 20minutes.fr
- 121 542 articles différents de lexpress.fr
- 108 955 articles différents de bfmtv.com
- 80 906 articles différents de liberation.fr
- 45 745 articles différents de mediapart.fr
- 12 211 articles différents de rue89.nouvelobs.com

Le Figaro est le compte média qui a produit le plus de contenus sur l'année passée, avec 244 853 articles. C'est aussi l'un des trois comptes médias avec le plus de followers et l'un des trois comptes média dont les articles sont les plus partagés par les internautes. Il semblerait que cette stratégie de production massive n'impacte pas la qualité perçue du contenu et les serve.

Évolution des followers des 10 comptes médias les plus suivis depuis 2014 :

Le graphique ci-dessous représente l'évolution depuis mars 2014 du nombre de followers des dix comptes médias actuellement les plus suivis.



La progression la plus importante est celle du Parisien qui a multiplié son nombre d'abonnés par presque 4.

BFM a multiplié ses followers par 3,3 depuis mars 2014. Deux soubresauts sont perceptibles sur la courbe de progression de BFM (courbe verte) : le premier en janvier 2015 et le deuxième en novembre 2015. Ces deux moments correspondent aux deux vagues d'attentats qui ont frappé la France en 2015, Charlie Hebdo en janvier et les attentats du 13 novembre. BFM TV diffusant une information minute par minute de l'avancée des situations, nous pouvons penser qu'il y a un lien de cause à effet direct. Les internautes cherchant à s'informer ont suivi BFM TV.

Ces deux décrochages sont aussi observables sur les followers du Monde et du Parisien.

Le Figaro s'en sort également bien avec une multiplication par 3,1 du nombre de ses followers en deux ans. Il semblerait que sa stratégie de production de contenus très prolifique et de relai de ses comptes annexes paie.

Les autres médias : Le Monde, L'Equipe (les plus suivis !), Libération, Médiapart et L'Express ont des taux comparables d'acquisition de followers compris entre x 2,1 et x 2,9 depuis mars 2013.

20 Minutes et Rue 89 ne sont pas parvenus à doubler leur base de suiveurs sur le temps imparti et jouissent d'une progression plus lente que leurs concurrents médiatiques.

Conclusion

La presse a abordé le virage du digital dans la douleur. Pourtant, les principaux journaux ont rapidement compris l'intérêt d'y prendre pleine part. Aujourd'hui, tous les principaux sites médias ont un compte Twitter et publient largement un contenu adapté au web, avec des approches différentes pour chacun.

Les mieux organisés distillent une information adaptée au web comme des suivis minute par minute. Cette stratégie permet par exemple à BFM TV de rassembler majoritairement en cas d'événements où le traitement informationnel immédiat est nécessaire. C'est une approche qui correspond à l'ADN du média BFM TV.

Par ailleurs, dans la course au contenu, nous pouvons dégager plusieurs types d'approches.

Ceux qui allient quantité et qualité : le Monde et le Figaro trustent le haut de tous les classements grâce à un contenu à la fois dense et jugé digne de confiance. Le cocktail fonctionne et la progression de la base d'e-lecteurs s'en suit.

Puis il y a ceux qui misent sur la densité : 20 Minutes a fait du contenu buzz sa spécialité sur les réseaux sociaux. La quantité d'articles permet à 20Minutes de se maintenir dans le top des sites les plus partagés. Le Parisien a également misé sur une stratégie de contenu buzz ce qui lui permet de classer des articles dans le top des articles les plus partagés de l'année et surtout de jouir d'une progression inégalée de followers ! En revanche, ce ne sont pas les sources médiatiques qui sont consommées lorsque l'e-lecteur recherche de l'analyse.

Enfin, ceux qui ne courent pas la catégorie : Mediapart, un des dix comptes les plus suivis, opte par exemple pour une stratégie différente en publiant moins de contenus, plus longs et exclusifs qui trouvent un écho auprès d'une frange de lecteurs en recherche d'un contenu aussi analytique sur le web.