

FM N° 18117  
Contact : Frédéric Micheau  
Tél : 01 45 84 14 44  
[frederic.micheau@ifop.com](mailto:frederic.micheau@ifop.com)



*pour*



**Les Internautes et *Twitter***  
Résultats détaillés  
Novembre 2009

# Sommaire

*Pages*

- 1 - La méthodologie.....	1
- 2 - Les principaux enseignements de l'étude .....	3
- 3 - Les résultats de l'étude.....	7
La notoriété des outils ou sites de microblogging .....	8
L'adhésion à différentes plateformes de microblogging .....	13
Le terminal utilisé pour publier .....	15
Le téléphone utilisé pour publier .....	16
L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging .....	17
L'utilité des plateformes de microblogging.....	32
Le jugement sur le microblogging.....	<b>Erreur ! Signet non défini.</b>

**- 1 -**

## **La méthodologie**

## Méthodologie

Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop. Elle respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Les enseignements qu'elle indique reflètent un état de l'opinion à l'instant de sa réalisation et non pas une prédiction.

Aucune publication totale ou partielle ne peut être faite sans l'accord exprès de l'Ifop.

Etude réalisée par l'Ifop pour :	<b>Atelier BNP-PARIBAS</b>
Echantillon	Echantillon de <b>1052</b> personnes, représentatif du grand public internaute âgé de 15 ans et plus.  La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les données utilisées pour l'établissement des quotas sont issues de l'enquête de profiling des internautes français, menée chaque année par l'Ifop.
Mode de recueil	Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).
Dates de terrain	Du 17 au 19 novembre 2009.

**- 2 -**

## **Les principaux enseignements de l'étude**

- Parmi les différentes plateformes de microblogging testées, **seul Twitter recueille un taux de notoriété majoritaire (60%)**. Le réseau *Friendfeed* n'est connu que par 4% des internautes et *Yammer* ne dispose pour l'instant que d'une notoriété confidentielle (1%). Inconnu du grand public il y a deux ans, **Twitter enregistre ainsi une progression de notoriété fulgurante** : 60% des internautes en ont déjà entendu parler, contre moins du tiers (28%) il y a cinq mois et seulement 4% en 2008.

La notoriété de *Twitter* est logiquement plus affirmée parmi les catégories traditionnellement plus technophiles : les hommes (67% contre 53% parmi les femmes), les moins de 35 ans (66% et même 73% des 15-24 ans) et les cadres supérieurs (73% contre 57% parmi les ouvriers et 49% des employés). La notoriété de *Twitter* est également plus forte en région parisienne (74%) que dans les zones rurales (48%). Les internautes assidus (se connectant plusieurs fois par jours) déclarent également davantage connaître *Twitter* (63%).

Parmi les utilisateurs de *Twitter*, 27% connaissent son concurrent *Friendfeed* et 12% *Yammer*. Ces deux derniers sites de microblogging, peu connus du grand public dans son ensemble, jouissent d'une popularité légèrement plus importante chez les personnes âgées de 15 à 24 ans (7% pour *Friendfeed* et 4% pour *Yammer*). *Friendfeed* bénéficie d'un léger surcroît de notoriété parmi les cadres (7%) et dans les agglomérations urbaines (6%).

- **Pour l'instant, la notoriété de Twitter ne se convertit pas en inscriptions : seuls 9% des Internautes en ayant entendu parler possèdent un compte Twitter.** Les adhérents se recrutent davantage parmi les femmes (11% contre 7% parmi les hommes), les jeunes de moins de 34 ans (12%), les cadres (14%) et les habitants de l'agglomération parisienne (13%). Le profil de l'utilisateur de *Twitter* est ainsi plutôt en cohérence avec le profil de l'internaute. Les taux d'adhésion aux plateformes concurrentes testées, *Friendfeed* et *Yammer*, s'établissent à des niveaux marginaux.
- **La publication sur Twitter s'effectue à part égale depuis une application sur PC ou Mac et les sites internet.** Les applications téléphone pour envoyer des « tweets » font l'objet d'une utilisation beaucoup plus faible. Sur les 47 utilisateurs de notre échantillon, 22 utilisent l'application de leur ordinateur, le même nombre se sert des sites internet et seuls 3 utilisent leur téléphone, plus précisément leur Iphone (aucune autre marque n'est citée par les personnes interrogées).
- **L'ensemble des utilisations de Twitter testées sont jugées utiles par une majorité d'internautes**, à l'exception du recrutement des collaborateurs (40% d'adhésion). L'utilité du microblogging pour « obtenir des bons plans et des promotions » remporte le taux d'adhésion le plus élevé chez l'ensemble des internautes (69%) comme chez les utilisateurs de *Twitter* (79%). En deuxième position, le microblogging est jugé utile pour « créer et entretenir un réseau d'amis » dans les deux catégories de répondants (respectivement 65% des internautes et 77% des utilisateurs de *Twitter*). L'utilité de cet usage est davantage reconnue par les 15-24 ans (79%) et les cadres supérieurs et professions libérales (73%).

En dehors de ces deux premiers résultats, **la hiérarchie des usages du microblogging diffère selon qu'on soit utilisateur de *Twitter* ou pas**. Près des deux tiers des internautes (62%) jugent utile l'utilisation des microblogging pour « diffuser son CV ou trouver un emploi » alors que les utilisateurs de *Twitter* sont partagés sur ce point (54%, soit un écart de 8 points entre les deux populations). L'utilité de ces plateformes pour « préparer un voyage » suscite un écart encore plus important entre ces deux catégories (14 points, 60% chez les internautes contre 46% parmi les utilisateurs de *Twitter*).

**Selon ses utilisateurs, les fonctions de *Twitter* semblent être principalement utiles pour « partager avec sa communauté » (76%), « diffuser de l'information en exclusivité » (74%) et « interroger des communautés très ciblées » (72%).** Sur ces trois usages, les écarts les plus importants entre les réponses des internautes et les usagers de *Twitter*. A l'inverse, l'utilité du microblogging pour « partager avec sa communauté » remporte un des taux les plus bas chez les internautes (57%, soit 19 points d'écart). On retrouve aussi un écart important concernant la perception de l'utilité des plateformes de microblogging pour « interroger des communautés très ciblées » (58% parmi l'ensemble des internautes, soit 14 points d'écart avec les utilisateurs de *Twitter*).

L'utilisation destinée à « obtenir un conseil, une expertise sur un sujet particulier » rassemble davantage les internautes (61%) que les utilisateurs de *Twitter* (51%). L'utilité des plateformes de microblogging pour « créer du trafic vers son blog ou son site internet » génère également un clivage : la moitié des internautes adhèrent à cette idée (50%) contre 71% des utilisateurs de *Twitter*, sans doute possédant davantage un blog ou un site. De façon similaire, l'utilisation des plateformes de microblogging dans la diffusion de l'information en exclusivité (60%) est davantage perçue par les utilisateurs de *Twitter* (74%). L'utilité du microblogging pour « diffuser de l'information sur les produits et services de son entreprise » est davantage citée par les utilisateurs (65% contre 55% en moyenne).

- **Au final, 63% des Internautes et 73% utilisateurs de *Twitter* estiment que les plateformes de microblogging s'avèrent utiles.** Cependant l'intensité de ce jugement s'avère faible (5% « très utiles »). L'utilité est davantage reconnue par les femmes (68% contre 59% des hommes), les 15-24 ans (74%), les employés (69%) et les habitants des communes rurales (68%). Ainsi, les profils les moins représentés chez les connaisseurs et utilisateurs de *Twitter* se montrent plus enthousiastes que les autres sur l'utilité du microblogging.

## Conclusion

La connaissance du microblogging est intimement liée à Twitter, seule plateforme connue par une large majorité parmi les internautes et dont la notoriété a connue une évolution exponentielle. *Friendfeed* et *Yammer*, les concurrents de *Twitter*, sont quasiment inconnus du grand public et demeurent confinés pour l'heure dans la confidentialité. Pourtant, cette notoriété florissante ne se convertit pas en inscriptions : le nombre d'utilisateurs de *Twitter* demeure faible et leur profil, comme celui des connaisseurs de ce réseau social, est proche de celui des internautes les plus assidus (hommes, moins de 35 ans, catégories socioprofessionnelles supérieures et résidents de l'agglomération parisienne).

Lorsqu'on interroge les internautes sur l'utilité des différents usages du microblogging, une hiérarchie assez claire se fait jour. Les usages liés au réseau social dominant largement et sont jugés les plus utiles, notamment parmi les utilisateurs. Viennent ensuite les usages liés à l'information, soit en émission (diffusion d'information en exclusivité ou à une communauté), soit en réception (obtention de bons plans, de conseils, d'expertise...). Enfin, les usages professionnels du microblogging se classent au second plan, sans néanmoins être inexistantes ni jugés inutiles.

En ce qui concerne ces différents usages, l'inscription à Twitter constitue logiquement le critère le plus clivant. Parmi les utilisateurs de *Twitter*, tout ce qui a trait à l'utilité sociale de l'outil est mis en avant, en cohérence avec la dimension de « réseau social ». Parmi les non utilisateurs de *Twitter*, on remarque des similitudes entre l'utilité perçue de certaines utilisations du microblogging et les avantages que peut offrir Internet. Cette constatation se mesure dans les écarts qui existent entre leurs réponses et celles des utilisateurs de *Twitter* : parfois en cohérence avec l'opinion des utilisateurs (offrir des bons plans, créer et entretenir un réseau de collègues,..) parfois moins (notamment sur sa fonction de réseau social et sur l'utilité professionnelle des microblogging). Ainsi on constate que les plateformes de microblogging apparaissent davantage comme des outils professionnels pour les non connaisseurs de *Twitter* et offrant la possibilité de trouver des bons plans, alors qu'ils demeurent avant tout un réseau social pour les connaisseurs et usagers de *Twitter*.

Au final, l'utilité globale du microblogging est reconnue par près de deux tiers des internautes et trois quarts des utilisateurs.



**- 3 -**

## **Les résultats de l'étude**

## La notoriété des outils ou sites de microblogging

Question : Avez-vous déjà entendu parler, ne serait-ce que de nom des outils ou sites de microblogging ou de micropublication suivants ?

	Oui (%)	Non (%)	TOTAL (%)
• <i>Twitter</i> .....	60	40	100
• <i>Friendfeed</i> .....	4	96	100
• <i>Yammer</i> .....	1	99	100

## La notoriété des outils ou sites de microblogging

Question : Avez-vous déjà entendu parler, ne serait-ce que de nom des outils ou sites de microblogging ou de micropublication suivants ?

### Rappels<sup>1</sup> : évolution de la notoriété de *Twitter*

	2007 (%)	2008 (%)	Juin 2009 (%)	<b>Novembre 2009 (%)</b>
• Oui.....	2	4	28	<b>60</b>
• Non.....	98	98	72	<b>40</b>
TOTAL.....	100	100	100	<b>100</b>

<sup>1</sup> Source : Observatoire des réseaux sociaux. Enquête Ifop réalisée chaque année auprès d'un échantillon de 1000 personnes, représentatif de la population internautes française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon est assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération. Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI – Computer Assisted Web Interviewing).

## La notoriété des outils ou sites de microblogging

### *Twitter*

	Oui	Non
	(%)	(%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>60</b>	<b>40</b>
<b>SEXE</b>		
Homme .....	67	33
Femme .....	53	47
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>		
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>66</b>	<b>34</b>
15 à 24 ans .....	74	26
25 à 34 ans .....	58	42
<b>35 ans et plus</b>	<b>56</b>	<b>44</b>
35 à 49 ans .....	59	41
50 à 64 ans .....	52	48
65 ans et plus .....	53	47
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>		
Artisan ou commerçant (*) .....	69	31
Profession libérale, cadre supérieur .....	73	27
Profession intermédiaire .....	67	33
Employé .....	51	49
Ouvrier .....	43	57
Retraité .....	53	47
Autre inactif .....	74	26
<b>REGION</b>		
Région parisienne .....	74	26
Nord est .....	50	50
Nord ouest .....	58	42
Sud ouest .....	49	51
Sud est .....	65	35
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>		
Communes rurales .....	48	52
Communes urbaines de province .....	61	39
Agglomération parisienne .....	74	26
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>		
Plusieurs fois par jour .....	63	37
Environ une fois par jour .....	42	58
Moins souvent (*) .....	53	47

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

## La notoriété des outils ou sites de microblogging

### *Friendfeed*

	Oui	Non
	(%)	(%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>4</b>	<b>96</b>
<b>SEXE</b>		
Homme .....	4	96
Femme .....	4	96
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>		
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>5</b>	<b>95</b>
15 à 24 ans .....	7	93
25 à 34 ans .....	2	98
<b>35 ans et plus</b>	<b>4</b>	<b>96</b>
35 à 49 ans .....	5	95
50 à 64 ans .....	3	97
65 ans et plus .....	2	98
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>		
Artisan ou commerçant (*) .....	-	100
Profession libérale, cadre supérieur .....	7	93
Profession intermédiaire .....	4	96
Employé .....	5	95
Ouvrier .....	1	99
Retraité .....	2	98
Autre inactif .....	7	93
<b>REGION</b>		
Région parisienne .....	6	94
Nord est .....	3	97
Nord ouest .....	4	96
Sud ouest .....	1	99
Sud est .....	5	95
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>		
Communes rurales .....	2	98
Communes urbaines de province .....	5	95
Agglomération parisienne .....	6	94
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>		
Plusieurs fois par jour .....	4	96
Environ une fois par jour .....	3	97
Moins souvent (*) .....	7	93
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>		
Oui .....	6	94
Non .....	2	98
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>		
Oui .....	27	73
Non .....	4	96

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

## La notoriété des outils ou sites de microblogging

### Yammer

	Oui  (%)	Non  (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>1</b>	<b>99</b>
<b>SEXE</b>		
Homme .....	1	99
Femme .....	2	98
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>		
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>3</b>	<b>97</b>
15 à 24 ans .....	4	96
25 à 34 ans .....	1	99
<b>35 ans et plus</b>	<b>1</b>	<b>99</b>
35 à 49 ans .....	1	99
50 à 64 ans .....	-	100
65 ans et plus .....	-	100
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>		
Artisan ou commerçant (*) .....	-	100
Profession libérale, cadre supérieur .....	-	100
Profession intermédiaire .....	1	99
Employé .....	2	98
Ouvrier .....	1	99
Retraité .....	-	100
Autre inactif .....	4	96
<b>REGION</b>		
Région parisienne .....	2	98
Nord est .....	-	100
Nord ouest .....	-	100
Sud ouest .....	-	100
Sud est .....	4	96
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>		
Communes rurales .....	-	100
Communes urbaines de province .....	2	98
Agglomération parisienne .....	2	98
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>		
Plusieurs fois par jour .....	1	99
Environ une fois par jour .....	1	99
Moins souvent (*) .....	-	100
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>		
Oui .....	2	98
Non .....	-	100
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>		
Oui .....	12	88
Non .....	1	99

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

## L'adhésion à différentes plateformes de microblogging

Question : Et êtes-vous inscrit sur chacune des plateformes de microblogging suivantes ?

<i>Base : question posée uniquement aux internautes ayant déjà entendu parler de chacune des plateformes.</i>	Oui	Non	TOTAL
	(%)	(%)	(%)
• <i>Twitter</i> .....	9	91	100

*En ce qui concerne Friendfeed et Yammer, les résultats sont présentés en effectifs en raison du faible nombre de connaisseurs de ces deux plateformes. De ce fait également, les résultats ne peuvent pas être ventilés.*

<i>Base : question posée uniquement aux internautes ayant déjà entendu parler de chacune des plateformes.</i>	Oui	Non	TOTAL
	(effectifs)	(effectifs)	(effectifs)
• <i>Friendfeed</i> .....	5	34	39
• <i>Yammer</i> .....	4	7	11

## L'adhésion à différentes plateformes de microblogging

### *Twitter*

	Oui	Non
	(%)	(%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>9</b>	<b>91</b>
<b>SEXE</b>		
Homme .....	7	93
Femme .....	11	89
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>		
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>12</b>	<b>88</b>
15 à 24 ans .....	11	89
25 à 34 ans .....	12	88
<b>35 ans et plus</b>	<b>6</b>	<b>94</b>
35 à 49 ans .....	8	92
50 à 64 ans .....	4	96
65 ans et plus .....	4	96
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>		
Artisan ou commerçant (*) .....	19	81
Profession libérale, cadre supérieur .....	14	86
Profession intermédiaire .....	8	92
Employé .....	12	88
Ouvrier .....	3	97
Retraité .....	3	97
Autre inactif .....	9	91
<b>REGION</b>		
Région parisienne .....	14	86
Nord est .....	8	92
Nord ouest .....	3	97
Sud ouest .....	2	98
Sud est .....	11	89
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>		
Communes rurales .....	6	94
Communes urbaines de province .....	8	92
Agglomération parisienne .....	13	87
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>		
Plusieurs fois par jour .....	9	91
Environ une fois par jour .....	4	96
Moins souvent (*) .....	23	77

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs



## Le terminal utilisé pour publier

Question : Depuis quel terminal publiez-vous principalement sur ... ?

<i>Base : question posée uniquement aux internautes utilisateurs de chacune des plateformes.</i>	Application sur PC mac (Effectifs)	Site web (Effectifs)	Application sur téléphone (Effectifs)	TOTAL (Effectifs)
• <i>Twitter</i> .....	22	22	3	47
• <i>Friendfeed</i> .....	1	4	-	5
• <i>Yammer</i> .....	3	1	-	4

*En raison du faible nombre de répondants à cette question, les résultats sont présentés en effectifs et ne peuvent pas être ventilés.*

## Le téléphone utilisé pour publier

Question : Quel téléphone utilisez-vous pour publier sur ... ?

<i>Base : question posée uniquement aux internautes utilisateurs de chacune des plateformes et publiant depuis un téléphone.</i>	IPhone  (Effectifs)	Blackberry  (Effectifs)	Ordiphone Nokia  (Effectifs)	TOTAL  (Effectifs)
• Twitter .....	3	-	-	3
• Friendfeed .....	-	-	-	-
• Yammer .....	-	-	-	-

*En raison du faible nombre de répondants à cette question, les résultats sont présentés en effectifs et ne peuvent pas être ventilés.*

## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

Question : Voici une liste d'utilisations possibles de ces plateformes de microblogging. Pour chacune d'entre elles, indiquez si elle vous semble utile ou non ?

### Récapitulatif : TOTAL Utile

	Ensemble des Internautes (%)	Utilisateurs de <i>Twitter</i> (%)
• Obtenir des bons plans, des promotions .....	69	79
• Créer et entretenir un réseau d'amis .....	65	77
• Diffuser son CV, trouver un emploi .....	62	54
• Obtenir un conseil, une expertise sur un sujet particulier .....	61	51
• Diffuser de l'information en exclusivité .....	60	74
• Préparer un voyage (trouver un hôtel, un restaurant) .....	60	46
• Interroger des communautés très ciblées .....	58	72
• Partager avec sa communauté (vie quotidienne, évènements) .....	57	76
• Créer et entretenir un réseau de collègues, de clients, de prospects .....	57	71
• Diffuser de l'information sur les produits et services de son entreprise .....	55	65
• Créer du trafic vers son blog ou son site Internet .....	50	71
• Recruter des collaborateurs .....	44	40

## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

Question : Voici une liste d'utilisations possibles de ces plateformes de microblogging. Pour chacune d'entre elles, indiquez si elle vous semble utile ou non ?

	<b>TOTAL Utile</b> (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	<b>TOTAL Pas utile</b> (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)	TOTAL (%)
• Obtenir des bons plans, des promotions .....	<b>69</b>	17	52	<b>31</b>	17	14	100
• Créer et entretenir un réseau d'amis ..	<b>65</b>	14	51	<b>35</b>	20	15	100
• Diffuser son CV, trouver un emploi ..	<b>62</b>	19	43	<b>38</b>	21	17	100
• Obtenir un conseil, une expertise sur un sujet particulier .....	<b>61</b>	14	47	<b>39</b>	22	17	100
• Diffuser de l'information en exclusivité .....	<b>60</b>	12	48	<b>40</b>	24	16	100
• Préparer un voyage (trouver un hôtel, un restaurant) .....	<b>60</b>	13	47	<b>40</b>	23	17	100
• Interroger des communautés très ciblées .....	<b>58</b>	10	48	<b>42</b>	25	17	100
• Partager avec sa communauté (vie quotidienne, évènements) .....	<b>57</b>	12	45	<b>43</b>	25	18	100
• Créer et entretenir un réseau de collègues, de clients, de prospects ....	<b>57</b>	10	47	<b>43</b>	25	18	100
• Diffuser de l'information sur les produits et services de son entreprise .....	<b>55</b>	9	46	<b>45</b>	26	19	100
• Créer du trafic vers son blog ou son site Internet .....	<b>50</b>	8	42	<b>50</b>	28	22	100
• Recruter des collaborateurs .....	<b>44</b>	7	37	<b>56</b>	32	24	100

## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

Question : Voici une liste d'utilisations possibles de ces plateformes de microblogging. Pour chacune d'entre elles, indiquez si elle vous semble utile ou non ?

**Base : utilisateurs de Twitter**

	<b>TOTAL Utile</b> (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	<b>TOTAL Pas utile</b> (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)	TOTAL (%)
• Obtenir des bons plans, des promotions .....	<b>79</b>	17	62	<b>21</b>	17	4	100
• Créer et entretenir un réseau d'amis ..	<b>77</b>	25	52	<b>23</b>	15	8	100
• Partager avec sa communauté (vie quotidienne, évènements) .....	<b>76</b>	24	52	<b>24</b>	16	8	100
• Diffuser de l'information en exclusivité .....	<b>74</b>	27	47	<b>26</b>	17	9	100
• Interroger des communautés très ciblées .....	<b>72</b>	18	54	<b>28</b>	21	7	100
• Créer du trafic vers son blog ou son site Internet .....	<b>71</b>	24	47	<b>29</b>	20	9	100
• Créer et entretenir un réseau de collègues, de clients, de prospects ....	<b>71</b>	20	51	<b>29</b>	23	6	100
• Diffuser de l'information sur les produits et services de son entreprise .....	<b>65</b>	17	48	<b>35</b>	22	13	100
• Diffuser son CV, trouver un emploi ..	<b>54</b>	18	36	<b>46</b>	36	10	100
• Obtenir un conseil, une expertise sur un sujet particulier .....	<b>51</b>	14	37	<b>49</b>	37	12	100
• Préparer un voyage (trouver un hôtel, un restaurant) .....	<b>46</b>	12	34	<b>54</b>	35	19	100
• Recruter des collaborateurs .....	<b>40</b>	9	31	<b>60</b>	41	19	100

## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

### Obtenir des bons plans, des promotions

	TOTAL Utile (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	TOTAL Pas utile (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>69</b>	<b>17</b>	<b>52</b>	<b>31</b>	<b>17</b>	<b>14</b>
<b>SEXE</b>						
Homme .....	65	12	53	35	20	15
Femme .....	74	23	51	26	14	12
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>						
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>71</b>	<b>17</b>	<b>54</b>	<b>29</b>	<b>18</b>	<b>11</b>
15 à 24 ans .....	71	16	55	29	19	10
25 à 34 ans .....	72	19	53	28	16	12
<b>35 ans et plus</b>	<b>69</b>	<b>18</b>	<b>51</b>	<b>31</b>	<b>16</b>	<b>15</b>
35 à 49 ans .....	68	17	51	32	18	14
50 à 64 ans .....	70	21	49	30	13	17
65 ans et plus .....	64	11	53	36	20	16
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>						
Artisan ou commerçant (*) .....	66	22	44	34	23	11
Profession libérale, cadre supérieur .....	65	11	54	35	22	13
Profession intermédiaire .....	62	15	47	38	21	17
Employé .....	78	24	54	22	12	10
Ouvrier .....	77	21	56	23	8	15
Retraité .....	66	15	51	34	17	17
Autre inactif .....	70	17	53	30	21	9
<b>REGION</b>						
Région parisienne .....	73	18	55	27	16	11
Nord est .....	68	19	49	32	18	14
Nord ouest .....	67	15	52	33	18	15
Sud ouest .....	70	23	47	30	17	13
Sud est .....	70	15	55	30	16	14
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>						
Communes rurales .....	69	20	49	31	18	13
Communes urbaines de province .....	69	16	53	31	17	14
Agglomération parisienne .....	73	18	55	27	16	11
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>						
Plusieurs fois par jour .....	69	17	52	31	18	13
Environ une fois par jour .....	70	17	53	30	13	17
Moins souvent (*) .....	66	18	48	34	19	15
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>						
Oui .....	65	15	50	35	23	12
Non .....	77	21	56	23	8	15
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>						
Oui .....	79	17	62	21	17	4
Non .....	64	15	49	36	23	13

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

### Créer et entretenir un réseau d'amis

	TOTAL Utile (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	TOTAL Pas utile (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>65</b>	<b>14</b>	<b>51</b>	<b>35</b>	<b>20</b>	<b>15</b>
<b>SEXE</b>						
Homme .....	64	12	52	36	20	16
Femme .....	65	16	49	35	20	15
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>						
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>72</b>	<b>18</b>	<b>54</b>	<b>28</b>	<b>15</b>	<b>13</b>
15 à 24 ans .....	79	21	58	21	13	8
25 à 34 ans .....	64	15	49	36	17	19
<b>35 ans et plus</b>	<b>60</b>	<b>11</b>	<b>49</b>	<b>40</b>	<b>23</b>	<b>17</b>
35 à 49 ans .....	64	13	51	36	21	15
50 à 64 ans .....	55	9	46	45	26	19
65 ans et plus .....	55	6	49	45	28	17
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>						
Artisan ou commerçant (*) .....	60	9	51	40	24	16
Profession libérale, cadre supérieur .....	73	16	57	27	10	17
Profession intermédiaire .....	60	11	49	40	21	19
Employé .....	64	14	50	36	20	16
Ouvrier .....	61	13	48	39	22	17
Retraité .....	56	8	48	44	28	16
Autre inactif .....	77	23	54	23	15	8
<b>REGION</b>						
Région parisienne .....	68	17	51	32	19	13
Nord est .....	63	12	51	37	18	19
Nord ouest .....	67	12	55	33	20	13
Sud ouest .....	57	12	45	43	23	20
Sud est .....	64	15	49	36	21	15
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>						
Communes rurales .....	63	11	52	37	21	16
Communes urbaines de province .....	64	14	50	36	20	16
Agglomération parisienne .....	68	18	50	32	19	13
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>						
Plusieurs fois par jour .....	65	14	51	35	20	15
Environ une fois par jour .....	65	11	54	35	20	15
Moins souvent (*) .....	58	18	40	42	23	19
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>						
Oui .....	71	18	53	29	17	12
Non .....	54	7	47	46	25	21
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>						
Oui .....	77	25	52	23	15	8
Non .....	71	18	53	29	17	12

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

### Diffuser son CV, trouver un emploi

	TOTAL Utile (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	TOTAL Pas utile (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>62</b>	<b>19</b>	<b>43</b>	<b>38</b>	<b>21</b>	<b>17</b>
<b>SEXE</b>						
Homme .....	57	14	43	43	25	18
Femme .....	68	25	43	32	17	15
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>						
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>61</b>	<b>20</b>	<b>41</b>	<b>39</b>	<b>22</b>	<b>17</b>
15 à 24 ans .....	65	23	42	35	22	13
25 à 34 ans .....	58	18	40	42	22	20
<b>35 ans et plus</b>	<b>63</b>	<b>19</b>	<b>44</b>	<b>37</b>	<b>20</b>	<b>17</b>
35 à 49 ans .....	62	16	46	38	21	17
50 à 64 ans .....	63	23	40	37	21	16
65 ans et plus .....	67	19	48	33	16	17
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>						
Artisan ou commerçant (*) .....	43	9	34	57	38	19
Profession libérale, cadre supérieur .....	51	15	36	49	28	21
Profession intermédiaire .....	57	18	39	43	26	17
Employé .....	69	23	46	31	15	16
Ouvrier .....	67	16	51	33	15	18
Retraité .....	65	22	43	35	18	17
Autre inactif .....	67	23	44	33	20	13
<b>REGION</b>						
Région parisienne .....	60	15	45	40	23	17
Nord est .....	63	20	43	37	19	18
Nord ouest .....	66	22	44	34	21	13
Sud ouest .....	58	24	34	42	15	27
Sud est .....	62	17	45	38	24	14
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>						
Communes rurales .....	63	22	41	37	22	15
Communes urbaines de province .....	62	20	42	38	20	18
Agglomération parisienne .....	61	14	47	39	23	16
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>						
Plusieurs fois par jour .....	62	20	42	38	21	17
Environ une fois par jour .....	65	18	47	35	20	15
Moins souvent (*) .....	52	10	42	48	26	22
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>						
Oui .....	57	17	40	43	28	15
Non .....	70	23	47	30	11	19
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>						
Oui .....	54	18	36	46	36	10
Non .....	57	17	40	43	27	16

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs



## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

### Obtenir un conseil, une expertise sur un sujet particulier

	TOTAL Utile (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	TOTAL Pas utile (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>61</b>	<b>14</b>	<b>47</b>	<b>39</b>	<b>22</b>	<b>17</b>
<b>SEXE</b>						
Homme .....	57	10	47	43	24	19
Femme .....	66	18	48	34	19	15
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>						
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>58</b>	<b>13</b>	<b>45</b>	<b>42</b>	<b>23</b>	<b>19</b>
15 à 24 ans .....	63	14	49	37	20	17
25 à 34 ans .....	54	12	42	46	26	20
<b>35 ans et plus</b>	<b>63</b>	<b>15</b>	<b>48</b>	<b>37</b>	<b>21</b>	<b>16</b>
35 à 49 ans .....	63	11	52	37	22	15
50 à 64 ans .....	62	18	44	38	20	18
65 ans et plus .....	67	17	50	33	17	16
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>						
Artisan ou commerçant (*) .....	54	14	40	46	27	19
Profession libérale, cadre supérieur .....	49	8	41	51	28	23
Profession intermédiaire .....	53	9	44	47	28	19
Employé .....	69	11	58	31	15	16
Ouvrier .....	67	18	49	33	16	17
Retraité .....	64	18	46	36	20	16
Autre inactif .....	63	18	45	37	23	14
<b>REGION</b>						
Région parisienne .....	66	16	50	34	18	16
Nord est .....	63	15	48	37	20	17
Nord ouest .....	60	12	48	40	22	18
Sud ouest .....	57	15	42	43	21	22
Sud est .....	59	13	46	41	26	15
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>						
Communes rurales .....	60	14	46	40	22	18
Communes urbaines de province .....	60	13	47	40	23	17
Agglomération parisienne .....	67	18	49	33	17	16
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>						
Plusieurs fois par jour .....	62	14	48	38	21	17
Environ une fois par jour .....	60	13	47	40	22	18
Moins souvent (*) .....	46	10	36	54	34	20
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>						
Oui .....	57	12	45	43	26	17
Non .....	67	16	51	33	15	18
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>						
Oui .....	51	14	37	49	37	12
Non .....	58	12	46	42	25	17

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

### Diffuser de l'information en exclusivité

	TOTAL Utile (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	TOTAL Pas utile (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>60</b>	<b>12</b>	<b>48</b>	<b>40</b>	<b>24</b>	<b>16</b>
<b>SEXE</b>						
Homme .....	58	12	46	42	26	16
Femme .....	62	12	50	38	22	16
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>						
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>63</b>	<b>14</b>	<b>49</b>	<b>37</b>	<b>23</b>	<b>14</b>
15 à 24 ans .....	65	14	51	35	23	12
25 à 34 ans .....	61	14	47	39	23	16
<b>35 ans et plus</b>	<b>59</b>	<b>11</b>	<b>48</b>	<b>41</b>	<b>24</b>	<b>17</b>
35 à 49 ans .....	62	11	51	38	23	15
50 à 64 ans .....	55	12	43	45	25	20
65 ans et plus .....	53	7	46	47	27	20
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>						
Artisan ou commerçant (*) .....	55	15	40	45	31	14
Profession libérale, cadre supérieur .....	66	10	56	34	22	12
Profession intermédiaire .....	53	9	44	47	27	20
Employé .....	67	16	51	33	20	13
Ouvrier .....	59	11	48	41	20	21
Retraité .....	55	10	45	45	27	18
Autre inactif .....	64	15	49	36	25	11
<b>REGION</b>						
Région parisienne .....	65	14	51	35	23	12
Nord est .....	55	10	45	45	26	19
Nord ouest .....	59	12	47	41	24	17
Sud ouest .....	54	12	42	46	27	19
Sud est .....	66	12	54	34	20	14
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>						
Communes rurales .....	58	9	49	42	27	15
Communes urbaines de province .....	60	13	47	40	23	17
Agglomération parisienne .....	64	15	49	36	23	13
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>						
Plusieurs fois par jour .....	61	13	48	39	24	15
Environ une fois par jour .....	57	7	50	43	23	20
Moins souvent (*) .....	50	6	44	50	31	19
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>						
Oui .....	63	15	48	37	24	13
Non .....	56	8	48	44	24	20
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>						
Oui .....	74	27	47	26	17	9
Non .....	61	13	48	39	25	14

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

### Préparer un voyage (trouver un hôtel, un restaurant)

	TOTAL Utile (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	TOTAL Pas utile (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>60</b>	<b>13</b>	<b>47</b>	<b>40</b>	<b>23</b>	<b>17</b>
<b>SEXE</b>						
Homme .....	54	9	45	46	27	19
Femme .....	66	18	48	34	20	14
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>						
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>60</b>	<b>12</b>	<b>48</b>	<b>40</b>	<b>24</b>	<b>16</b>
15 à 24 ans .....	63	14	49	37	21	16
25 à 34 ans .....	57	9	48	43	26	17
<b>35 ans et plus</b>	<b>60</b>	<b>14</b>	<b>46</b>	<b>40</b>	<b>23</b>	<b>17</b>
35 à 49 ans .....	59	11	48	41	24	17
50 à 64 ans .....	61	18	43	39	22	17
65 ans et plus .....	61	16	45	39	23	16
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>						
Artisan ou commerçant (*) .....	52	10	42	48	30	18
Profession libérale, cadre supérieur .....	53	8	45	47	31	16
Profession intermédiaire .....	53	7	46	47	23	24
Employé .....	65	12	53	35	22	13
Ouvrier .....	61	16	45	39	19	20
Retraité .....	61	18	43	39	23	16
Autre inactif .....	65	16	49	35	24	11
<b>REGION</b>						
Région parisienne .....	59	13	46	41	25	16
Nord est .....	60	13	47	40	23	17
Nord ouest .....	63	13	50	37	20	17
Sud ouest .....	56	11	45	44	24	20
Sud est .....	59	14	45	41	26	15
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>						
Communes rurales .....	64	13	51	36	21	15
Communes urbaines de province .....	58	13	45	42	24	18
Agglomération parisienne .....	60	15	45	40	24	16
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>						
Plusieurs fois par jour .....	60	13	47	40	24	16
Environ une fois par jour .....	58	13	45	42	25	17
Moins souvent (*) .....	66	20	46	34	12	22
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>						
Oui .....	55	11	44	45	28	17
Non .....	67	15	52	33	17	16
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>						
Oui .....	46	12	34	54	35	19
Non .....	55	11	44	45	28	17

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

### Interroger des communautés très ciblées

	TOTAL Utile (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	TOTAL Pas utile (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>58</b>	<b>10</b>	<b>48</b>	<b>42</b>	<b>25</b>	<b>17</b>
<b>SEXE</b>						
Homme .....	58	10	48	42	25	17
Femme .....	57	9	48	43	26	17
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>						
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>56</b>	<b>10</b>	<b>46</b>	<b>44</b>	<b>28</b>	<b>16</b>
15 à 24 ans .....	58	12	46	42	29	13
25 à 34 ans .....	54	8	46	46	27	19
<b>35 ans et plus</b>	<b>59</b>	<b>9</b>	<b>50</b>	<b>41</b>	<b>23</b>	<b>18</b>
35 à 49 ans .....	60	9	51	40	25	15
50 à 64 ans .....	60	10	50	40	20	20
65 ans et plus .....	54	8	46	46	24	22
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>						
Artisan ou commerçant (*) .....	50	15	35	50	37	13
Profession libérale, cadre supérieur .....	60	10	50	40	22	18
Profession intermédiaire .....	51	8	43	49	28	21
Employé .....	60	8	52	40	24	16
Ouvrier .....	63	10	53	37	20	17
Retraité .....	57	8	49	43	22	21
Autre inactif .....	57	13	44	43	31	12
<b>REGION</b>						
Région parisienne .....	64	14	50	36	21	15
Nord est .....	57	7	50	43	24	19
Nord ouest .....	52	9	43	48	32	16
Sud ouest .....	52	14	38	48	25	23
Sud est .....	61	7	54	39	23	16
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>						
Communes rurales .....	56	9	47	44	29	15
Communes urbaines de province .....	57	9	48	43	24	19
Agglomération parisienne .....	64	14	50	36	21	15
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>						
Plusieurs fois par jour .....	60	9	51	40	23	17
Environ une fois par jour .....	49	10	39	51	32	19
Moins souvent (*) .....	42	16	26	58	43	15
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>						
Oui .....	63	10	53	37	24	13
Non .....	49	8	41	51	28	23
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>						
Oui .....	72	18	54	28	21	7
Non .....	62	10	52	38	24	14

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

### Partager avec sa communauté (vie quotidienne, évènements)

	TOTAL Utile (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	TOTAL Pas utile (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>57</b>	<b>12</b>	<b>45</b>	<b>43</b>	<b>25</b>	<b>18</b>
<b>SEXE</b>						
Homme .....	57	12	45	43	25	18
Femme .....	56	12	44	44	25	19
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>						
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>64</b>	<b>15</b>	<b>49</b>	<b>36</b>	<b>21</b>	<b>15</b>
15 à 24 ans .....	70	17	53	30	20	10
25 à 34 ans .....	58	13	45	42	22	20
<b>35 ans et plus</b>	<b>51</b>	<b>9</b>	<b>42</b>	<b>49</b>	<b>28</b>	<b>21</b>
35 à 49 ans .....	56	13	43	44	27	17
50 à 64 ans .....	48	6	42	52	27	25
65 ans et plus .....	45	4	41	55	32	23
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>						
Artisan ou commerçant (*) .....	52	14	38	48	33	15
Profession libérale, cadre supérieur .....	57	14	43	43	24	19
Profession intermédiaire .....	48	8	40	52	33	19
Employé .....	60	15	45	40	20	20
Ouvrier .....	53	11	42	47	25	22
Retraité .....	48	4	44	52	30	22
Autre inactif .....	72	18	54	28	18	10
<b>REGION</b>						
Région parisienne .....	62	16	46	38	26	12
Nord est .....	54	9	45	46	25	21
Nord ouest .....	61	9	52	39	22	17
Sud ouest .....	49	13	36	51	27	24
Sud est .....	54	13	41	46	26	20
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>						
Communes rurales .....	55	11	44	45	26	19
Communes urbaines de province .....	55	10	45	45	25	20
Agglomération parisienne .....	63	18	45	37	25	12
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>						
Plusieurs fois par jour .....	57	12	45	43	25	18
Environ une fois par jour .....	56	8	48	44	25	19
Moins souvent (*) .....	50	12	38	50	22	28
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>						
Oui .....	64	15	49	36	22	14
Non .....	45	7	38	55	29	26
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>						
Oui .....	76	24	52	24	16	8
Non .....	63	14	49	37	23	14

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

### Créer et entretenir un réseau de collègues, de clients, de prospects

	TOTAL Utile (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	TOTAL Pas utile (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>57</b>	<b>10</b>	<b>47</b>	<b>43</b>	<b>25</b>	<b>18</b>
<b>SEXE</b>						
Homme .....	55	8	47	45	26	19
Femme .....	59	13	46	41	23	18
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>						
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>60</b>	<b>12</b>	<b>48</b>	<b>40</b>	<b>22</b>	<b>18</b>
15 à 24 ans .....	66	13	53	34	20	14
25 à 34 ans .....	54	11	43	46	24	22
<b>35 ans et plus</b>	<b>55</b>	<b>9</b>	<b>46</b>	<b>45</b>	<b>26</b>	<b>19</b>
35 à 49 ans .....	56	9	47	44	27	17
50 à 64 ans .....	53	10	43	47	25	22
65 ans et plus .....	55	6	49	45	27	18
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>						
Artisan ou commerçant (*) .....	66	14	52	34	19	15
Profession libérale, cadre supérieur .....	59	10	49	41	22	19
Profession intermédiaire .....	47	9	38	53	31	22
Employé .....	61	10	51	39	21	18
Ouvrier .....	55	8	47	45	25	20
Retraité .....	56	9	47	44	25	19
Autre inactif .....	63	15	48	37	24	13
<b>REGION</b>						
Région parisienne .....	59	12	47	41	26	15
Nord est .....	56	9	47	44	24	20
Nord ouest .....	57	11	46	43	26	17
Sud ouest .....	48	11	37	52	24	28
Sud est .....	60	9	51	40	23	17
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>						
Communes rurales .....	55	7	48	45	26	19
Communes urbaines de province .....	57	11	46	43	24	19
Agglomération parisienne .....	59	13	46	41	26	15
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>						
Plusieurs fois par jour .....	57	11	46	43	24	19
Environ une fois par jour .....	59	8	51	41	24	17
Moins souvent (*) .....	48	7	41	52	34	18
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>						
Oui .....	60	11	49	40	24	16
Non .....	52	8	44	48	25	23
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>						
Oui .....	71	20	51	29	23	6
Non .....	59	11	48	41	24	17

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

### Diffuser de l'information sur les produits et services de son entreprise

	TOTAL Utile (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	TOTAL Pas utile (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>55</b>	<b>9</b>	<b>46</b>	<b>45</b>	<b>26</b>	<b>19</b>
<b>SEXE</b>						
Homme .....	52	9	43	48	29	19
Femme .....	58	10	48	42	23	19
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>						
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>54</b>	<b>9</b>	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>29</b>	<b>17</b>
15 à 24 ans .....	56	9	47	44	29	15
25 à 34 ans .....	51	8	43	49	30	19
<b>35 ans et plus</b>	<b>56</b>	<b>10</b>	<b>46</b>	<b>44</b>	<b>24</b>	<b>20</b>
35 à 49 ans .....	56	11	45	44	24	20
50 à 64 ans .....	54	8	46	46	25	21
65 ans et plus .....	59	11	48	41	20	21
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>						
Artisan ou commerçant (*) .....	64	14	50	36	20	16
Profession libérale, cadre supérieur .....	49	5	44	51	25	26
Profession intermédiaire .....	47	9	38	53	33	20
Employé .....	61	12	49	39	22	17
Ouvrier .....	58	10	48	42	22	20
Retraité .....	56	9	47	44	23	21
Autre inactif .....	55	9	46	45	31	14
<b>REGION</b>						
Région parisienne .....	59	13	46	41	24	17
Nord est .....	52	8	44	48	26	22
Nord ouest .....	56	9	47	44	26	18
Sud ouest .....	51	9	42	49	26	23
Sud est .....	56	9	47	44	27	17
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>						
Communes rurales .....	54	7	47	46	25	21
Communes urbaines de province .....	54	9	45	46	27	19
Agglomération parisienne .....	59	14	45	41	26	15
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>						
Plusieurs fois par jour .....	56	9	47	44	25	19
Environ une fois par jour .....	48	9	39	52	32	20
Moins souvent (*) .....	48	12	36	52	33	19
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>						
Oui .....	52	9	43	48	30	18
Non .....	59	10	49	41	20	21
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>						
Oui .....	65	17	48	35	22	13
Non .....	50	8	42	50	31	19

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

### Créer du trafic vers son blog ou son site Internet

	TOTAL Utile (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	TOTAL Pas utile (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>50</b>	<b>8</b>	<b>42</b>	<b>50</b>	<b>28</b>	<b>22</b>
<b>SEXE</b>						
Homme .....	52	9	43	48	27	21
Femme .....	49	7	42	51	29	22
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>						
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>57</b>	<b>9</b>	<b>48</b>	<b>43</b>	<b>26</b>	<b>17</b>
15 à 24 ans .....	58	10	48	42	28	14
25 à 34 ans .....	56	7	49	44	23	21
<b>35 ans et plus</b>	<b>45</b>	<b>7</b>	<b>38</b>	<b>55</b>	<b>30</b>	<b>25</b>
35 à 49 ans .....	51	11	40	49	29	20
50 à 64 ans .....	40	4	36	60	30	30
65 ans et plus .....	37	4	33	63	33	30
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>						
Artisan ou commerçant (*) .....	63	18	45	37	23	14
Profession libérale, cadre supérieur .....	52	11	41	48	25	23
Profession intermédiaire .....	46	2	44	54	32	22
Employé .....	57	11	46	43	26	17
Ouvrier .....	50	9	41	50	27	23
Retraité .....	38	4	34	62	31	31
Autre inactif .....	56	10	46	44	30	14
<b>REGION</b>						
Région parisienne .....	57	13	44	43	27	16
Nord est .....	47	6	41	53	29	24
Nord ouest .....	46	6	40	54	31	23
Sud ouest .....	45	7	38	55	29	26
Sud est .....	53	8	45	47	26	21
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>						
Communes rurales .....	46	7	39	54	29	25
Communes urbaines de province .....	49	7	42	51	29	22
Agglomération parisienne .....	61	14	47	39	24	15
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>						
Plusieurs fois par jour .....	50	8	42	50	29	21
Environ une fois par jour .....	48	7	41	52	28	24
Moins souvent (*) .....	54	7	47	46	24	22
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>						
Oui .....	57	10	47	43	26	17
Non .....	40	5	35	60	31	29
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>						
Oui .....	71	24	47	29	20	9
Non .....	57	9	48	43	26	17

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs



## L'utilité de différentes utilisations des plateformes de microblogging

### Recruter des collaborateurs

	TOTAL Utile (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	TOTAL Pas utile (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>44</b>	<b>7</b>	<b>37</b>	<b>56</b>	<b>32</b>	<b>24</b>
<b>SEXE</b>						
Homme .....	37	4	33	63	36	27
Femme .....	49	9	40	51	29	22
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>						
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>40</b>	<b>7</b>	<b>33</b>	<b>60</b>	<b>35</b>	<b>25</b>
15 à 24 ans .....	44	8	36	56	37	19
25 à 34 ans .....	36	7	29	64	33	31
<b>35 ans et plus</b>	<b>45</b>	<b>6</b>	<b>39</b>	<b>55</b>	<b>31</b>	<b>24</b>
35 à 49 ans .....	44	5	39	56	33	23
50 à 64 ans .....	47	7	40	53	28	25
65 ans et plus .....	47	7	40	53	29	24
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>						
Artisan ou commerçant (*) .....	40	6	34	60	39	21
Profession libérale, cadre supérieur .....	34	4	30	66	37	29
Profession intermédiaire .....	38	3	35	62	34	28
Employé .....	46	10	36	54	30	24
Ouvrier .....	46	5	41	54	29	25
Retraité .....	46	7	39	54	29	25
Autre inactif .....	47	10	37	53	34	19
<b>REGION</b>						
Région parisienne .....	47	7	40	53	29	24
Nord est .....	42	8	34	58	34	24
Nord ouest .....	45	6	39	55	33	22
Sud ouest .....	39	8	31	61	30	31
Sud est .....	42	6	36	58	34	24
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>						
Communes rurales .....	44	7	37	56	32	24
Communes urbaines de province .....	41	6	35	59	34	25
Agglomération parisienne .....	47	7	40	53	29	24
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>						
Plusieurs fois par jour .....	43	7	36	57	33	24
Environ une fois par jour .....	46	7	39	54	31	23
Moins souvent (*) .....	39	6	33	61	35	26
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>						
Oui .....	39	7	32	61	38	23
Non .....	50	7	43	50	25	25
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>						
Oui .....	40	9	31	60	41	19
Non .....	38	6	32	62	38	24

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

## L'utilité des plateformes de microblogging

Question : Au final, diriez-vous que ces plateformes de microblogging sont un outil... ?

	<b>Ensemble des Internautes (%)</b>	Utilisateurs de <i>Twitter</i> (%)
<b>TOTAL Utile</b>	<b>63</b>	<b>73</b>
• Très utile .....	5	20
• Plutôt utile .....	58	53
<b>TOTAL Pas utile</b>	<b>37</b>	<b>27</b>
• Plutôt pas utile .....	27	25
• Pas du tout utile .....	10	2
<b>TOTAL.....</b>	<b>100</b>	100

## L'utilité des plateformes de microblogging

	TOTAL Utile (%)	Très utile (%)	Plutôt utile (%)	TOTAL Pas utile (%)	Plutôt pas utile (%)	Pas du tout utile (%)
<b>ENSEMBLE</b>	<b>63</b>	<b>5</b>	<b>58</b>	<b>37</b>	<b>27</b>	<b>10</b>
<b>SEXE</b>						
Homme .....	59	4	55	41	30	11
Femme .....	68	6	62	32	23	9
<b>AGE DE L'INTERVIEWE(E)</b>						
<b>Moins de 35 ans</b>	<b>65</b>	<b>6</b>	<b>59</b>	<b>35</b>	<b>27</b>	<b>8</b>
15 à 24 ans .....	74	7	67	26	20	6
25 à 34 ans .....	56	5	51	44	34	10
<b>35 ans et plus</b>	<b>62</b>	<b>4</b>	<b>58</b>	<b>38</b>	<b>27</b>	<b>11</b>
35 à 49 ans .....	61	5	56	39	28	11
50 à 64 ans .....	66	4	62	34	24	10
65 ans et plus .....	61	3	58	39	28	11
<b>PROFESSION DE L'INTERVIEWE</b>						
Artisan ou commerçant (*) .....	47	10	37	53	39	14
Profession libérale, cadre supérieur .....	55	3	52	45	38	7
Profession intermédiaire .....	54	5	49	46	32	14
Employé .....	69	3	66	31	24	7
Ouvrier .....	64	8	56	36	24	12
Retraité .....	64	4	60	36	25	11
Autre inactif .....	74	6	68	26	20	6
<b>REGION</b>						
Région parisienne .....	61	7	54	39	29	10
Nord est .....	68	3	65	32	21	11
Nord ouest .....	63	4	59	37	30	7
Sud ouest .....	60	2	58	40	32	8
Sud est .....	64	7	57	36	25	11
<b>CATEGORIE D'AGGLOMERATION</b>						
Communes rurales .....	68	2	66	32	25	7
Communes urbaines de province .....	61	5	56	39	28	11
Agglomération parisienne .....	63	8	55	37	27	10
<b>FREQUENCE DE CONNEXION A INTERNET</b>						
Plusieurs fois par jour .....	63	5	58	37	27	10
Environ une fois par jour .....	66	5	61	34	24	10
Moins souvent (*) .....	67	-	67	33	24	9
<b>NOTORIETE DE TWITTER</b>						
Oui .....	61	6	55	39	30	9
Non .....	68	4	64	32	21	11
<b>UTILISATION DE TWITTER</b>						
Oui .....	73	20	53	27	25	2
Non .....	59	4	55	41	31	10

(\*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs