
Twitter est le réseau préféré pour la diplomatie digitale

Une étude inédite de Burson-Marsteller montre que les dirigeants politiques sont présents avant tout sur Twitter, mais ont en revanche de meilleures audiences sur Facebook

Paris, le 1er juin 2016 – Au cours des cinq dernières années, **Twitter** est devenu le canal privilégié des dirigeants mondiaux et des gouvernements pour la **diplomatie digitale**. Il est devenu le premier réseau social utilisé par les chefs d'Etats et de gouvernements dans 173 pays, ce qui représente 90 pourcents des Etats-membres des Nations Unies (ONU), selon l'étude **Twiplomacy** de **Burson-Marsteller**, enquête mondiale annuelle sur l'usage des réseaux sociaux par les leaders mondiaux. **Facebook** est la deuxième plateforme sociale la plus utilisée par les dirigeants mondiaux, avec 169 gouvernements ayant mis en place une page officielle. Cependant, les dirigeants ont en moyenne deux fois plus d'abonnés sur leurs pages Facebook que de followers sur Twitter.

YouTube, classé troisième des plateformes sociales, est quant à lui utilisé par 78 pourcents des Etats-membres de l'ONU, devant **Instagram**, avec 70 pourcents. Alors que Twitter est principalement axé sur du texte accompagné d'images, Instagram valorise les visuels avec un minimum de texte et davantage d'images sur le vif. Les gouvernements disposant d'équipes plus importantes dédiées aux médias sociaux se sont aussi lancés dans des communications plus visuelles avec **Vine** ou **Snapchat**, les deux réseaux sociaux destinés à une cible plus jeune comme la génération Y. Les gouvernements qui ne disposent pas de larges capacités de diffusio, en Amérique Latine principalement, adoptent **Périscope** et **Facebook Live** pour diffuser leurs conférences de presse.

L'étude *Twiplomacy*, auparavant axée sur Twitter, a été élargie en 2016 à l'usage des autres plateformes sociales, telles que [Facebook](#), [Instagram](#), [YouTube](#), ainsi que plusieurs plateformes de diplomatie numérique de niche telles que [Snapchat](#), [LinkedIn](#), [Google+](#), [Périscope](#) et [Vine](#). Le site Twiplomacy comprend les classements et le premier atlas des médias sociaux pour chaque pays étudié.

L'étude Twiplomacy montre que les décideurs politiques investissent de plus en plus les plateformes de médias sociaux pour communiquer vers les publics les plus importants à leurs yeux. « *Comme l'engagement devient l'un des critères primordiaux de l'influence sur les médias sociaux, notre étude Twiplomacy identifie les décideurs politiques qui rencontrent le plus de succès sur les médias sociaux, et les enseignements que nous pouvons tirer de leurs pratiques* », a déclaré Philippe Paillart, Président de Burson-Marsteller i&e à Paris. « *Ce dernier opus de l'étude Twiplomacy 2016 fournit un matériau concret et efficace sur l'art et la manière d'utiliser de manière optimale les réseaux sociaux et de créer de l'engagement en ligne. A partir d'une analyse approfondie des contenus, sur la base des datas provenant de différents profils, il ressort l'importance d'être visuel et créatif, d'adapter le contenu à chaque plateforme, de donner un visage attractif et d'actualiser en temps réel les comptes.* »

« Cette étude multi-plateformes montre que les dirigeants mondiaux adoptent de plus en plus une approche intégrée utilisant plusieurs canaux sociaux, une tendance qui devrait inspirer de nombreux leaders économiques. », a déclaré Jeremy Galbraith, P.-D. G. de Burson-Marsteller Europe, Moyen-Orient et Afrique, et Directeur de la Stratégie Mondiale. « A travers les médias sociaux, les dirigeants mondiaux invitent leurs publics à « rencontrer » la personnalité qui se cache derrière le compte officiel – et désormais, beaucoup plus que les mots, les images créatives ou personnelles portent de manière puissante leurs messages ; une tactique que là encore les dirigeants d'entreprise peuvent utiliser avec succès ».

La dernière partie de l'étude 2016 analyse 793 comptes Twitter de chefs d'Etats et de gouvernements de 173 pays, avec une audience totale combinée de 324 millions de followers.

Les élections américaines 2016 signeront non seulement la fin de la présidence Obama, mais aussi la perte du leader incontesté de la diplomatie numérique. Avec le plus grand nombre d'abonnés parmi tous les dirigeants du monde, le politique qui a le mieux réussi à installer son image personnelle par le biais de son profil en ligne prendra sa retraite avec une audience de 137 millions de followers, fans et abonnés. Le compte Twitter de [Barack Obama](#) qui comptabilise à lui seul 74 millions de followers, est loin devant celui du [Pape François](#) (en deuxième position avec 28 millions de followers), et celui du Premier ministre indien [Narendra Modi](#) (en troisième position avec 19 millions de followers).

Cependant, l'étude révèle qu'un abonnement massif ne se traduit pas toujours en influence. Le compte Twitter officiel présidentiel [@POTUS](#), mis en place en mai 2015, est devenu le septième compte le plus suivi avec 7,6 millions de followers, et est de loin le compte le plus influent avec une moyenne de 12 350 retweets par tweet. En comparaison, les tweets envoyés par le compte [@BarackObama](#), qui a dix fois plus de followers que [@POTUS](#), n'obtiennent qu'une moyenne de 1 572 retweets par tweet.

Les ministères des Affaires étrangères ont tendance à utiliser Twitter pour établir des relations diplomatiques. En mai 2015, le Département d'Etat américain a utilisé Twitter pour rétablir des liens avec son homologue cubain, quelques mois avant le rétablissement officiel des relations diplomatiques. Le Département d'Etat a également tenté de se connecter avec le Président iranien [Hassan Rouhani](#) et son ministre des Affaires étrangères [Javad Zarif](#), mais a par la suite arrêté de suivre les deux hommes, qui n'avaient pas appliqué la réciprocité.

Le [Service européen pour l'action extérieure](#) est le bureau international le mieux connecté, en lien avec 122 pays. Entretenant 111 relations mutuelles sur Twitter avec des leaders mondiaux, le Ministère des Affaires étrangères russe est en deuxième position, et le [Ministère des Affaires étrangères norvégien](#) obtient la troisième place avec 100 connexions réciproques.

Le compte non gouvernemental le plus suivi est le compte Twitter **@UN des Nations Unies**, avec 296 des 793 comptes Twitter de leaders mondiaux ; Le New York Times (**@NYTimes**) est le média le plus suivi et **@UNICEF** est la deuxième organisation internationale la plus suivie. Le compte Twitter **@Twiplomacy** est le quatrième compte non gouvernemental le plus suivi par les dirigeants mondiaux, avec l'abonnement de 162 chefs d'Etats et de gouvernements, devant **The Economist**, la **BBC**, **Reuters** et **CNN**.

« Twitter facilite les relations entre les leaders mondiaux dans le monde connecté d'aujourd'hui », a déclaré Matthias Lüfkens, Directeur Général et Digital chez Burson-Marsteller EMEA. « Je suis particulièrement honoré

de voir notre compte Twitter @Twiplomacy parmi les comptes les plus suivis par les chefs d'Etats et de gouvernements. »

Parmi les principales conclusions :

- La ministre des Affaires étrangères de l'Inde [@SushmaSwaraj](#) est le leader féminin le plus suivi, avec 5 millions de followers, devant celui de l'épouse du roi de Jordanie [@QueenRania](#) , qui enregistre 4,7 millions de followers.
- Le Premier ministre britannique [@Number10gov](#) est le leader le plus suivi de l'Union européenne avec plus de 4,4 millions de followers, devant l'Italien [@MatteoRenzi](#) et la [@RoyalFamily](#) britannique, qui ont respectivement 2,3 millions et 2,2 millions de followers.
- Le Kenyan Uhuru Kenyatta ([@UKenyatta](#)) est devenu le leader le plus suivi en Afrique subsaharienne avec 1,4 millions de followers, suivi de près par le Rwandais [@PaulKagame](#) qui lui-même se place devant l'administration présidentielle de l'Afrique du Sud ([@PresidencyZA](#)) , enregistrant 673 000 followers.
- En Amérique latine, le président mexicain Enrique Peña Nieto ([@EPN](#)) compte 5,2 millions de followers, loin devant les présidents colombien [@JuanManSantos](#), vénézuélien [@NicolasMaduro](#) et argentin [@MauricioMacri](#), qui ont plus de 2,8 millions de followers chacun.
- Cheikh Mohammed bin Rashid Al Maktoum ([@HSHkMohd](#)) est le dirigeant arabe le plus suivi avec 6 millions de followers, devant [@KingSalman](#) en Arabie Saoudite (5 millions), [@QueenRania](#) en Jordanie et Abdullah Bin Zayed ([@ABZayed](#)), et le Ministre des Affaires étrangères des Emirats Arabes Unis (3 millions de followers).
- Parmi les ministères des Affaires étrangères, le Département d'Etat des Etats-Unis ([@StateDept](#)) est le plus suivi avec 2,6 millions de followers devant les ministères des Affaires étrangères de la Turquie ([@TC_Disisleri](#)) et de la Russie ([@MID_RF](#)) , qui enregistrent plus d'un million de followers chacun.

Plus de 5 000 ambassades et ambassadeurs sont aujourd'hui actifs sur Twitter, qui est devenu la voix des missions diplomatiques à New York, Washington, Londres et Bruxelles.

La collection complète des études sur les médias sociaux est consultable sur [bm.com](#) et [twiplomacy.com](#).

A propos de l'étude

Twiplomacy est la principale étude mondiale de Burson-Marsteller sur la façon dont les dirigeants du monde, les gouvernements et les organisations internationales utilisent les médias sociaux. L'édition 2016 de l'étude a été élargie au-delà de Twitter à d'autres plateformes de médias sociaux, tels que [Facebook](#), [Instagram](#), [YouTube](#), [Google+](#), [LinkedIn](#) et plusieurs plateformes de diplomatie numérique de niche telles que [Snapchat](#);

[Periscope](#) et [Vine](#). Les données ont été rassemblées en mai 2016, en utilisant des outils exclusifs de Burson-Marsteller.

A propos de Burson-Marsteller

Burson-Marsteller, fondé en 1953, est une agence internationale de communication et de relations publics. Elle fournit à ses clients des stratégies et des programmes en matière de relations publics, d'affaires publiques, de réputation, de gestion de crise, de publicité et de digital. Le réseau mondial de Burson-Marsteller se compose de 73 bureaux et de 85 affiliés opérant dans 110 pays sur les 6 continents. Burson-Marsteller fait partie du groupe Young & Rubicam, une filiale de WPP (NASDAQ: WPPGY), le leader mondial des services de communication. Pour plus d'informations, veuillez consulter notre site www.burson-marsteller.com.

Contacts:

Catherine Sullivan
Catherine.sullivan@bm.com
+1 212-614-4186

Matthias Lufkens
Matthias.Luefkens@bm.com
+41 22 593 69 26

Contact en France :

Laurent Reynes- Laurent.reynes@bm.com - T. 01 56 03 12 06