

Les Rencontres d'Occitanie

GROUPE LA DÉPÊCHE DU MIDI



Les Rencontres d'Occitanie sont un cycle de conférences-débats lancé en 2017 par le Groupe La Dépêche du Midi. Chaque mois, des personnalités de premier plan viennent enrichir la réflexion des décideurs locaux sur des thèmes majeurs pour l'avenir de notre Région (recherche, éducation, culture, innovation, export, environnement, tourisme, aéronautique). Ces rencontres se placent au cœur des défis que doit relever l'Occitanie et souhaitent accompagner l'appréhension d'un monde en constante mutation.

Edition exceptionnelle

« La stratégie de conquête de Twitter en France et dans le monde »
Vendredi 30 novembre 2018

Damien VIEL
Directeur Général de Twitter France



Damien Viel est diplômé de l'ESSEC. Il commence sa carrière en 1998 au sein du groupe l'Oréal où il a occupé différentes responsabilités marketing en France et en Asie, jusqu'en 2005.

En 2007, il passe du retail au côté agence en prenant pendant 3 ans la direction générale de Carat France.

En 2010, il est appelé par le Groupe M6 pour devenir Directeur adjoint de sa régie publicitaire, M6 publicité. Fin 2011, il rejoint Google en tant que Directeur des ventes-Sales & Strategy de YouTube pour l'Europe du Sud, l'Afrique et le Moyen-Orient, poste qu'il occupe 4 ans.

En octobre 2015, Damien Viel est nommé Directeur Général de Twitter France.

123
567 Chiffres clés

326 Millions

C'est le nombre d'utilisateurs mensuels actifs de Twitter dans le monde. Ils sont par ailleurs 500 Millions à consulter des Tweets sur twitter.com sans être connectés à un compte, en cliquant par exemple sur des Tweets à l'issue d'une recherche en ligne. L'audience quotidienne de Twitter dans le monde enregistre une croissance continue avec une croissance à deux chiffres au cours de 7 semestres consécutifs.

115 Milliards

C'est le nombre d'impressions de Tweets en rapport avec la Coupe du Monde de la FIFA cet été, c'est-à-dire le nombre de vues sur les Tweets à ce sujet pendant la compétition. La deuxième victoire des Bleus a eu une résonance puissante sur Twitter.

1 sur 2

C'est la proportion de dirigeants du CAC 40 présents sur Twitter. En effet, les dirigeants profitent des caractéristiques publiques, conversationnelles en temps réel offertes par la plateforme pour porter les engagements de leur entreprise, partager leurs actualités dans une optique de transparence avec les utilisateurs.

Compte-rendu

Les 19es Rencontres d'Occitanie qui se déroulaient hier au siège de La Dépêche du Midi, à Toulouse, recevaient Damien Viel, directeur général de Twitter France. Accueilli par Marie-France Marchand-Baylet, le patron - qui était la veille le parrain d'Occinov 2018 - a détaillé devant un public nombreux la stratégie de conquête en France et dans le monde d'un réseau social qui a profondément évolué ces dernières années, notamment depuis le retour à sa tête de son fondateur, Jack Dorsey.

[Lire la suite de l'article](#)



Damien Viel, entouré par Nadia Pellefigue, Vice-Présidente de la Région Occitanie, Marie-France Marchand-Baylet, Vice-PDG, Jean-Nicolas Baylet et Jean-Benoit Baylet, Directeurs Généraux du Groupe La Dépêche du Midi.



QUESTIONS / TÉMOIGNAGES

Utilisateur de Twitter à titre professionnel et personnel, j'ai juste un petit problème :



quand on réalise une interview dans un journal, on fait très attention aux propos, c'est potentiellement passible de diffamation envers l'auteur mais aussi envers la direction de la publication. En tant que journal, nous sommes vecteur, mais aussi accusé avec la personne auteur des propos diffamatoires. Sur Twitter, j'ai l'impression que vous vous en "lavez un peu les mains", on peut tout dire. Vous dites c'est une conversation, Twitter n'est pas responsable. Sur les fake news, vous dites que ce n'est pas de votre responsabilité. Quelle est la politique de modération sur Twitter, non pas au sens technologique ?

José BIOSCA, Directeur de l'information et de la production de contenus - Groupe Dépêche du Midi

Damien Viel : *Cette question est fondamentale et nous prenons nos obligations extrêmement au sérieux sur le fait que s'il y a une conversation, qui sort des règles fixées, alors chacun a la possibilité à n'importe quel moment d'interpeller Twitter sur le caractère inadmissible des échanges. Nous effectuons ce premier travail qui concerne aujourd'hui dix fois plus de comptes qui ne respectent pas nos règles qu'il y a un an. C'est vous dire l'investissement en moyens humains et technologiques considérable que nous avons réalisé en relation avec un certain nombre d'associations. Pour prévenir un certain nombre de comportements ou les rendre moins visibles, même s'ils ne sont pas en infraction avec nos règles, mais nuisibles à une conversation sereine, nous avons lancé un appel scientifique auprès des universités et d'un certain nombre d'acteurs pour continuer à nous aider à améliorer nos outils.*

Sur la question de propagation de fausses nouvelles, ce que je pense est que Twitter dans sa faculté à être une plateforme en temps réel a des responsabilités un peu différentes et surtout une manière de lutter un peu différente. Si vous dites quelque chose sur Twitter, qui concerne quelqu'un, cette personne a la possibilité de répondre instantanément en disant que ce n'est pas vrai. Ce démenti peut arriver en moins d'une minute. Dans sa capacité de temps réel et dans sa capacité à vous plugger directement à la source d'information, nous pensons être en particulier un antidote contre la propagation des fausses nouvelles en permettant à chacun de contredire une information qui n'est pas vraie.

Cela soulève aussi des questions : le 13 novembre 2015, pendant une heure vingt, de quelles informations étions-nous détenteurs ? Une vraie ou une fausse information ?

Les zones grises sont importantes. Sachez juste que notre obsession est de réfléchir à ces sujets-là avec les autorités de chaque pays dans lesquels on opère et avec qui nous discutons en bonne collaboration et bonne coopération et ce n'est pas un hasard si Twitter a été choisi pour être un canal privilégié d'information en cas de crise.

Par ailleurs, on travaille aussi avec les journalistes, avec les médias. J'ai une conviction personnelle qu'un monde dans lequel les experts ne peuvent pas être entendus est un monde qui va devenir fasciste. Notre rôle est de savoir faire émerger ces sources d'informations et qu'encore une fois dans sa démarche d'abonnement, Twitter est une plateforme qui, je pense, joue un rôle un peu différent des autres.

Vous évoquiez les attentats de 2015, pour avoir vécu en cellule de crise cette période, il y avait certes des informations intéressantes, puisque nous mettions en parallèle les informations en temps réel qui circulaient sur les réseaux sociaux et dans les médias avec celles provenant de la préfecture, mais il y avait aussi de fausses nouvelles qui ont provoqué des mouvements de foule et ont même parfois dirigé des groupes d'individus dans la mauvaise direction. Cela me fait penser aussi au blocage des dépôts de carburants. En fin de compte, il y avait peu de problèmes à l'origine, si ce n'est quelques manifestations. La difficulté est venue, et on a pu le mesurer après, des informations qui circulaient, amplifiées sur les réseaux sociaux, qui ont provoqué une ruée massive vers les stations services, qui a provoqué la pénurie.

Outre les déclarations des individus, les réseaux peuvent être aussi des acteurs d'amplification, des relais de masse, quasiment incontrôlables, générant de vrais problèmes.

Philippe JOACHIM, Directeur adjoint - ENAC - école Nationale de l'Aviation Civile Ancien Directeur de la Communication au secrétariat général du ministère de l'Ecologie, du développement durable et de l'Energie et du ministère du Logement, de l'égalité des territoires et de la ruralité.



Damien Viel : *Dans la réalité, c'est toujours où puis-je trouver la bonne information sur ce sujet-là ? Notre objectif est que tout le monde puisse être entendu et que cette capacité à chacun de pouvoir s'exprimer, en temps réel est sans doute un bon moyen de mettre un terme à des faux mouvements ou des fausses informations. Mais nous vivons avec notre temps, il évolue.*

Nous regardons avec beaucoup d'attention une année comme cette année où ont eu lieu beaucoup d'élections dans le monde. Pays dans lesquels il y a eu une inquiétude à un moment, notamment au sujet de probables impacts technologiques, de manipulations, de propagations d'informations déstabilisantes. Finalement, on s'aperçoit que la technologie nous permet de maîtriser un certain nombre de ces phénomènes -je parlais des fermetures de faux comptes générés par Bot informatique, sur lesquels nous arrivons à intervenir avant même que des messages soient envoyés- en revanche d'autres phénomènes sont

nouveaux et qu'il faut que nous suivions dans la vie de la démocratie. Par exemple, que se passe-t-il quand dans un pays comme l'Inde, dans le cadre d'une élection législative ou de l'élection d'un nouveau Premier Ministre, le parti du candidat au pouvoir a 95 millions de membres et qu'ils ont un pouvoir de tweet qui peut éteindre des propos et des opinions contradictoires. Que faire dans des pays où tout le monde respecte les règles, mais de par leur nombre, ces individus vont empêcher de fait la contradiction de s'exprimer ? Ces enjeux effets "caisses de résonance" sont nouveaux pour nous et sont tout aussi importants.

Vous parlez justement de Twitter et démocratie. Vous indiquez les éventuelles disproportions entre les partis politiques et les masses d'interventions. Vous avez aussi indiqué que Twitter est le réseau préféré notamment des CSP+. Est-ce que pour vous, ce sont à d'autres réseaux d'assurer le segment des classes moyennes et des classes populaires ou considérez-vous que dans cette disproportion, il y a le nombre d'adhérent qui tweete au nom des partis politiques, mais il y a aussi votre capacité à pouvoir vous adresser à d'autres parties de la population qui n'utilisent pas encore aussi massivement Twitter ?

Nadia PELLEFIGUE, Vice-Présidente du Conseil Régional Occitanie/Pyrénées-Méditerranée, en charge du Développement économique, de la recherche, de l'innovation et de l'enseignement supérieur



Damien Viel : Question extrêmement intéressante. Je rêverai que 100% de la population française utilise Twitter et que nous soyons représentés auprès de toutes les catégories de la même manière.

Nous avons eu l'inquiétude de la représentation des utilisateurs à la veille de la dernière élection présidentielle. Nous avons fait une [étude avec Harris Interactive](#), pour savoir quel était le poids des différents courants de pensées. La conclusion nous a beaucoup surpris car Twitter n'est pas un miroir déformant de la société française. Nous sommes relativement et même très strictement représentatifs de courants de pensées et des opinions des français en matière politique.

Twitter en France a quelques caractéristiques : une est d'être plutôt utilisé dans le domaine de l'entreprise et nous en sommes très heureux car nous pensons avoir un impact fort à jouer; on a typologiquement d'après Médiamétrie, des utilisateurs plutôt CSP+, en proportion en France cela reste 1 sur 2 parmi les 25-39 ans; des phénomènes comme le mondial de football ou d'événements de télévision nous amènent de plus en plus à rééquilibrer l'usage de Twitter en France qui devient de plus en plus en dehors des villes alors qu'initialement Twitter était un usage très urbain; nous sommes aussi de plus en plus utilisé par des plus jeunes, notamment les 18-24 ans qui n'étaient pas initialement notre cible.

Progressivement, Twitter s'étend. Je crois que nous sommes au 7ème trimestre consécutif de hausse de chiffre de nos utilisateurs quotidiens. On voit de nouveaux phénomènes notamment en régions, qui sont extrêmement satisfaisants pour nous : des réseaux d'agriculteurs pour dialoguer et partager entre eux sur des bons conseils et des bonnes pratiques, depuis un peu plus longtemps, on voit des réseaux de médecins.

Au début, nous étions très classe moyenne américaine autour de sujets d'Entertainment. En France, Twitter s'est construit sur des débats de société comme le mariage pour tous, moments très fondateurs. Notre vocation est d'être une plateforme qui vient servir la conversation publique, quelle qu'elle soit: celle qui traite de sujets très importants comme l'avenir de la société ou de sujets encore plus importants comme le nom du pain au chocolat..



Utilisatrice de Twitter, plutôt dans un contexte professionnel... J'avais une question sur votre stratégie en matière de protection de données et peut-être aussi une réaction face à un autre réseau social, au sujet du scandale Cambridge Analytica, avec la divulgation de millions de comptes utilisateurs de Facebook ?

Magali ROY, Innovation & Development Manager - Groupe La Dépêche du Midi

Damien Viel : Je laisserai le soin à Jean-Nicolas Baylet d'inviter Laurent Solly pour venir parler des problèmes d'autres plateforme, mais je vais vous parler de la nôtre.

Twitter a dans son ADN, et vous l'avez bien compris j'espère dans ce que je vous ai dit, une plateforme extrêmement militante et donc, nous avons eu pour obligation, nécessité de devoir protéger nos utilisateurs dans les pays où nous voulons justement garantir cette liberté d'expression quelle qu'elle soit. La relation avec la donnée personnelle, pour moi a toujours été un sujet.

Deuxième chose, les tweets sont publics. La volumétrie est énorme, on écrit chaque jour, dans le monde, entre 400 et 500 millions de tweets. C'est colossal et signale aussi que nous sommes la bonne plateforme de la discussion et de la conversation.

Le fait que les tweets soient publics est le potentiel pour tout le monde de savoir ce qui se passe dans le monde et nous dégage de certaines contraintes d'autres plateformes, notamment dans la gestion de données plus privées. Vous n'êtes pas forcément d'accord pour que vos conversations privées sur une plateforme viennent au grand jour, sur Twitter cela fait partie du contrat. Vous êtes sur Twitter, vous vous exprimez publiquement. Cet élément extrêmement important nous permet aujourd'hui d'avoir une deuxième source de

revenus en plus de la publicité, qui est la Data Licensing, c'est à dire la vente de ces données à des entreprises qui vont écouter, qui vont permettre de mesurer les tendances, les images de marque...

Tout cela est public et en respectant strictement les réglementations sur les données personnelles, cela nous permet d'être aujourd'hui une matière très importante dans le marketing, dans la publicité, dans l'asset management, dans les prévisions de vente...

Enfin, troisième élément très européen, c'est que la mise en conformité de notre entreprise aux [réglementations RGPD](#) a été une priorité absolue pour nous et que tout le monde dans notre entreprise y a vu une opportunité de changer la manière dont on avait structuré un certain nombre de choses, de faire évoluer notre modèle vers quelque chose qui fait beaucoup de sens pour nous : la protection des données personnelles.

Twitter s'est construit aux états-Unis où la FCC "Federal Communications Commission" est l'organisme de régulation qui a un peu créé l'internet moderne. La philosophie qui a accompagné cette création a toujours été orientée vers la protection des données personnelles, vers la neutralité du net. Ce sont des valeurs auxquelles nous sommes chez Twitter extrêmement attachés. De voir que l'Europe a pris la main sur cette réglementation des données personnelles est quelque chose qui pour nous est plutôt positif.



Twitter est bien né, il semblerait, deux raisons : le 21 mars - date de naissance de Jean-Sébastien Bach et son logo du petit oiseau, connaissez-vous son histoire ?

Pierre-Bernard KEMPF, Administrateur, Organisateur - Les Passions, Orchestre baroque de Montauban

Damien Viel : J'ai des versions très corporate. Twitter est né du SMS et du format de pager et de message. Il y a eu plusieurs tentatives avant que l'on trouve à la fois la formule magique et l'utilité mais la vocation de Twitter depuis le début a été de décrire ce qui se passe dans le monde. Au début, c'était je décris ce qui se passe dans mon petit monde, ce que je prends au petit-déjeuner... Et en fait, Twitter s'est créé sur cette volonté d'information libre, accessible, facile et gratuite. Après, vous racontez plus d'histoire que ça, il y a beaucoup de mythes qui circulent sur notre entreprise, peut-être en avez-vous un plus particulier en tête, mais je pense que très rapidement, on a vu l'impact et l'usage qu'en faisait les gens. Nous n'avons finalement pas décidé de grand-chose. C'est surtout l'usage que les gens en ont fait et l'intérêt qu'il y ont trouvé à s'exprimer.

Les hashtags ont été créés par les gens. Nous ne pouvions lancer un hashtag, c'est une chose spontanée : c'est #Portesouvertes le soir du 13 novembre pour dire je peux abriter des gens ce soir; c'est #Metoo aux états-Unis qui se transforme en #Balancetonporc en France...

Ce que nous n'avons pas vu venir était la capacité incroyable de Twitter à être à l'origine de grands mouvements de société et de communication.

Je dis cela avec beaucoup d'humilité car ce n'est pas nous qui les orchestrons. Mais effectivement une patronne de Danone me dit il y a quelques temps "tu n'imagines pas l'impact pour les femmes dans l'entreprise d'un mouvement comme #Balancetonporc". Il y aura eu vraiment un avant et un après en matière de considération. Nous sommes très heureux d'avoir contribué à ça et je doute dans toutes ces histoires que cela ait pu être pensé à l'origine. Jack Dorsey le dit, notre impact, notre responsabilité, sont des choses dont on prend la mesure chaque jour car nous n'imaginions pas que cela soit aussi gros.

En France, l'intérêt des journalistes et des médias pour Twitter a été décisif à la fois pour savoir quelle serait l'ampleur du phénomène en France et l'intérêt que les politiques y verraient très vite. Cela a aussi été une surprise considérable pour nous et donc une responsabilité car nous savons que nous sommes très engagés. Ce modèle Twitter français a largement inspiré ce qu'est devenu Twitter dans le monde aujourd'hui : une plateforme très orientée vers les news. Aux U.S.A, je vous le rappelle, les gros comptes sont Kim Kardashian, Katy Perry et Justin Bieber, ce n'est pas Bernard Pivot ou des comptes de journalistes. Le modèle en France est un profil très particulier.



Vous avez évoqué la vérification des informations, les mouvements de foule, menez-vous des actions auprès de publics jeunes - lycéens et étudiants - pour les informer, les sensibiliser ?

Mélanie DUCOLMBIER, Responsable du service communication - Université Fédérale de Toulouse Midi Pyrénées

Damien Viel : La question de l'éducation est incroyablement importante aujourd'hui. Nous faisons confiance à des gens qui savent, aux professionnels. Nous nous associons aujourd'hui aux [CLEMI](#) - Centre pour l'éducation aux médias et à l'information - par exemple qui travaillent en relation très étroite avec les autorités. Et puis, pour des questions plus sensibles, nous avons un partenariat avec [e-Enfance](#) qui nous aide aussi à prévenir un certain nombre de choses. Je pense que le comportement de nos enfants est essentiel, ces acteurs font des choses formidables sur ces questions.



Quelles sont les grandes lignes du futur pour Twitter ?

Jean-Louis DUCASSÉ, Médecin, ancien directeur du SAMU 31 - Service d'Aide Médicale d'Urgence de la Haute-Garonne - CHU de Toulouse

Damien Viel : L'avenir de Twitter, il est, je l'espère, fondamentalement indépendant : dans notre rôle, dans notre mission, toujours dans cette obsession de servir la conversation publique. Jack Dorsey l'a dit et répété, Twitter a de plus en plus un rôle essentiel dans cette conversation publique, citoyenne, entre les gens et les individus. Notre mission est celle-là et l'avenir nous le voyons autour de cette capacité à toujours servir cette conversation d'une manière plus sereine. Si nous ne réussissons pas ce défi, nous serons face à des vraies difficultés.

Notre chance est je pense que nous disposons de suffisamment de moyens, de prise de conscience et d'énergies pour pouvoir tendre à le régler. Tout ce que vous m'entendez dire ou entendrez dire chez Twitter, quant à son avenir, c'est cela : que peut-on faire pour servir la conversation publique dans le Monde ?

Et l'on voit des choses fantastiques émerger. Ce qui se passe en ce moment sur le continent africain est formidable. Sur l'usage de Twitter, nous avons eu la chance de rencontrer récemment des gens qui font la promotion de la culture panafricaine. C'est la jeunesse africaine qui utilise Twitter pour se réunir autour de cette notion de culture de jeunesse panafricaine, au-delà des frontières, de ce qui peut les différencier, loin des clichés de cartes postales. Il me semble que c'est [Cédric Villani](#) qui a estimé que dans cinq ans, il y aura plus d'étudiants en sciences sur le continent africain qu'il n'y en a aujourd'hui sur le continent asiatique. Notre rôle aussi est de contribuer à fournir des versions Twitter qui marchent bien, partout, pour accompagner ce genre de mouvement.



On sait que le contenu vocal prend de plus en plus de place, notamment au États-Unis où plus de 50% des foyers sont équipés d'enceintes connectées, cela arrive aussi beaucoup en France. qu'est-ce que Twitter prévoit dans sa stratégie pour intégrer le vocal qui va prendre de plus en plus de poids ?

Coralie MOMBOSSE, Responsable pôle marketing communication - Dépêche Events - Groupe La Dépêche du Midi

Damien Viel : Nous nous sommes toujours adaptés à ce que les gens voulaient utiliser pour transmettre et partager de l'information et ainsi avoir cette conversation. Cela a été le texte, l'image, c'est maintenant la vidéo, la vidéo en direct... et nous avons lancé récemment une version voix de Periscope. Periscope est une application de vidéos en direct qui nous a permis d'enrichir cette fonctionnalité à l'intérieur de Twitter. Vous pouvez donc en deux clics commencer une conversation mondiale en direct retransmise sur Twitter. Nous avons lancé la version Periscope en version voix. Certains se lancent dans ce mode-là : la diffusion en direct de contenus voix, qui vont voyager partout, en mode très mobile.

Je sais que de grandes stations du service public, Radio France en particulier, utilisent énormément le Podcast. Certaines antennes de Radio France ont une audience supérieure en Podcast qu'en direct. Ces contenus voix sont aussi amenés à voyager via Twitter, et pour les contenus news, c'est extrêmement important. Cet écosystème se développe.

Mon inquiétude là-dessus est qu'il est difficile de construire un modèle économique. Sur la vidéo, cela a pris du temps à l'ensemble des acteurs pour le trouver. J'ai peur que sur la voix, le modèle économique soit encore plus abstrait, plus difficile et compliqué à trouver. Il y a des initiatives : [Mathieu Gallet a annoncé récemment qu'il lançait le "Netflix" du Podcast en France](#), je lui souhaite beaucoup de succès, mais il y aura des problématiques de monétisation et de transformation de ces contenus en argent car cela reste le nerf de la guerre. Et il ne faut pas oublier que si l'on fait des estimations rapides, aujourd'hui, la vidéo n'est pas très rentable pour beaucoup de plateformes. On a pas encore trouvé la martingale financière sur de la vidéo en ligne. Youtube le disait : la vidéo est difficile à monétiser. Nous pensons que si nous avons un nombre très restreint de partenaires de qualité, avec de bonnes relations dans la répartition de la valeur, on peut arriver à faire quelque chose de tout à fait bénéfique pour tout le monde. La question sur la voix est pour moi encore un point d'interrogation.

Vous évoquez aussi la voix à travers les assistants, nous en sommes au tout début. J'avoue que cela fait beaucoup rire mes enfants de discuter avec la voix de la dame pour connaître la météo, mais qu'en dehors d'une logique d'achat mercantile, les choses ne sont pas encore tout à fait bien calées. C'est formidable de voir à quel point tout cela va se développer et découvrir comment nous allons l'accompagner. Si jamais demain je peux interroger de chez moi mon assistant pour savoir quel temps il fait ou savoir ce qui se passe dans le monde, j'aimerais beaucoup...

Question technique d'un non-technicien : le chiffre qui m'a le plus impressionné dans votre discours est que vous soyez une entreprise de 3500 personnes dans le monde.

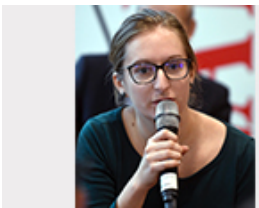


Comment l'universalité de Twitter est-elle véhiculée techniquement ? Faites-vous de l'auto-stop chez d'autres structures ou faites-vous d'énormes investissements en hardware comme Google ? Comment ça marche ?

Christopher PIKE, Managing Partner, Business Location International

Damien Viel : *Merci de votre question à laquelle je vais essayer de répondre de manière très simple : Twitter est une entreprise indépendante. Nous cultivons cette indépendance en matière technologique en ayant une ingénierie extrêmement en pointe. Nous avons aujourd'hui des ingénieurs extraordinaires qui travaillent pour Twitter, dont la quasi majorité est basée à San Francisco, au siège américain. D'autres ingénieurs sont dans d'autres locaux pour des raisons spécifiques. Récemment nous avons plutôt procédé à quelques acquisitions pour venir enrichir nos technologies, je pense à la société Magic Pony Technology, acquise à Londres, qui nous permet en matière de vidéo justement d'avoir de plus en plus de qualité de diffusion et de broadcast. Je me souviens, il y a cinq ans, quand je travaillais pour la plateforme de vidéos en ligne bien connue, on se disait qu'à ce moment-là personne n'avait la capacité de diffuser des flux haute-définition à 360° sur un téléphone portable, que ça allait faire exploser le téléphone. Dans la réalité maintenant, je peux commencer là, tout de suite, un flux haute-définition à 360° avec mon iPhone sans aucune conséquence pour mon mobile et l'environnement. Tout ceci évolue très vite.*

Twitter a, je pense, pour vocation d'être une plateforme qui va continuer à "leader" un certain nombre de sujets technologiques, de manière indépendante et autonome. Nous avons toujours en tête des arbitrages d'efficacité pour nos utilisateurs. Notre obsession est aussi celle de la rapidité puisque nous sommes une plateforme en direct : nous devons garantir la rapidité d'accès au flux et la qualité de cette information live (vidéo, texte, image, etc.). Pour le reste, nous investissons beaucoup, beaucoup : d'abord dans notre programme "Health" pour la sérénité de la conversation sur Twitter qui monopolise, vous avez raison, beaucoup de nos ressources aujourd'hui, et surtout parce que c'est essentiel pour la stratégie de l'entreprise.



Vous avez rappelé que quasiment tous les ministres et les députés ont maintenant un compte Twitter. Comment expliquez-vous cette appropriation par les politiques, notamment au détriment de Facebook ?

Et à votre sens, n'y aurait-il pas des risques que la communication institutionnelle soit devenue si spontanée ?

Cécile GÉNOT, Attachée parlementaire de Madame Corinne Vignon, Députée de la 3e circonscription de Haute-Garonne

Damien Viel : *Comme beaucoup, je suis attaché au fait que chaque plateforme ait ses rôles bien précis. Le nôtre est de donner de l'information en direct et que cette information soit discutable. C'est notre fonction et c'est très différent de ce que peuvent offrir les autres plateformes en matière de pro pour ce qui est de LinkedIn, de discussions familiales pour ce qui est de Facebook, etc.*

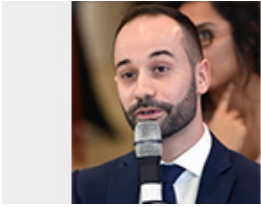
Twitter est une plateforme qui a un rôle bien particulier qui, je crois, plaît beaucoup aux hommes et femmes politiques : c'est cette capacité à pouvoir être entendu à n'importe quel moment, à pouvoir être une source concrète d'informations, dans laquelle les journalistes vont pouvoir venir piocher, sur des formats qui voyagent très bien... Aujourd'hui, nous avons dans le monde 326 millions d'utilisateurs de Twitter qui utilisent leur compte chaque mois, nous avons 500 millions d'utilisateurs qui proviennent des moteurs de recherche, par recherche, ils trouvent le fil Twitter ou des tweets relatifs à leur recherche, donc des gens viennent consulter des informations sur notre plateforme sans avoir de compte Twitter. Et puis, nous avons quasiment 1 milliard d'individus qui prennent connaissance de tweets, qui sont directement intégrés à l'article de beaucoup de journalistes. C'est très pratique car finalement quand quelqu'un dit quelque chose, vous mettez le tweet, sans avoir à poser des guillemets ou prendre le risque de transcrire ce que la personne a voulu dire.

On a beaucoup de discussions sur les autres plateformes. Dans l'article interview était écrit une phrase que je trouve très vraie : "on ne mesure pas la puissance d'une plateforme au nombre de like sur un selfie". Chaque plateforme a sa fonction, qui peut être plus ou moins intéressante au regard de celle de Twitter qui est de dire ce qui se passe dans le monde.

Twitter en France, c'est un réseau qui est excitant pour les politiques, pour les journalistes, pour les chefs d'entreprise. Le fait d'avoir ce lien direct est un nouveau défi qu'ils comprennent très bien pour être entendus. Nous nous sommes débarrassés de la partie un peu angoissante de Twitter : et si je dis une bêtise et si jamais... Il y a un an, les chefs d'entreprise me demandaient quels étaient les risques pour eux d'être sur Twitter. Aujourd'hui, quand on regarde ce qui se passe dans le monde de l'entreprise, la question est plutôt : quels sont les risques pour moi à ne pas être sur Twitter ?

De ce point de vue, le Président actuel a, je trouve, des ambitions sur le compte Twitter de l'Élysée, sur son compte Twitter propre, qui sont tout à fait remarquables. Finalement, il a décidé de transformer le compte de l'Élysée en un compte média.

Damien, permets-moi de te remercier pour la clarté et la transparence de tes



réponses, il y a beaucoup de questions ce matin, ce qui montre l'intérêt porté au sujet de Twitter.

Ma question touche la complémentarité entre Twitter et Periscope. Puisque Periscope, plateforme de live vidéo, est en train de développer l'audio, Twitter est une plateforme de live texts. Est-ce que l'avenir de tout cela n'est pas de devenir la plateforme de lives, quelque soit le mode d'expression, au sens large de fenêtres live sur l'actualité comme on a pu le voir à Bruxelles il y a quelques années où l'on suivait plus les vidéos que les chaînes d'infos en direct ?

Jean-Nicolas BAYLET, Directeur Général - Groupe La Dépêche du Midi

Damien Viel : J'aurais tendance à croire que nous sommes déjà bien en route pour cela. Twitter est déjà maintenant, je pense, la plateforme sur laquelle les lives sont les mieux distribués. Notre grand défi aujourd'hui est d'accompagner l'entreprise dans cet univers du live. Certaines le font très bien. Je mentionnais tout à l'heure des entreprises du luxe. Pour moi demain, cela va être ouvert à bon nombre d'autres choses : des groupes hôteliers, des centres commerciaux, par exemple en disant vous êtes la nouvelle place du village, et lorsqu'il y a un événement, comment êtes-vous capables de faire venir les gens ? Est-ce que dans les centres villes, on est aussi capables de montrer ce qui s'y passe ? Comment donner l'envie aux gens de venir ? C'est un des thèmes centraux de réflexion de groupes hôteliers de lutter contre des modèles "pier to pier" en montrant ce que représente aussi les hôtels : la fête, on s'y parle, etc. Sur le live, nous devons de plus en plus accompagner les gens sur tous ces événements.

Sur le modèle news, du point de vue développement produit, c'est aussi très important de continuer à offrir des capacités de lives filmés pour les journalistes, pour les médias, pour ceux qui veulent reporter l'information et reporter ce qui se passe, avec des enjeux importants sur tout cela. On y arrive : de plus en plus, nous sommes utilisés comme une plateforme live. Maintenant, tout va dépendre des gens qui réinventent aussi l'écriture média et d'information. Brut, avec le succès que cela rencontre aujourd'hui maîtrise pas encore complètement l'écriture du live : ils sont plutôt dans une réécriture de la vidéo qui est intéressante en terme de consommation de contenus news. C'est ce que feront les gens de Twitter qui sera déterminant. Pour notre part chez Twitter, nous sommes chargés de suivre l'évolution technologique.

CONCLUSION DES DÉBATS

Les pistes de réflexion de Monsieur Damien Viel :

- ✓ Conserver l'indépendance de Twitter
- ✓ Continuer à permettre à tout type d'utilisateur la garantie d'une conversation publique sur tout type de sujet : du divertissement aux plus importants débats de société
- ✓ Accompagner les entreprises dans leur communication directe
- ✓ Suivre les évolutions technologiques pour permettre toujours la conversation publique avec tout format d'expression : texte, image, vidéo, audio...

Revivez la conférence/débat



Retrouvez l'interview de Damien Viel



PROCHAINES RENCONTRES D'OCCITANIE

20^{ème} édition - Jeudi 24 janvier 2019

Siège de La Dépêche du Midi

Sophie GARCIA

Présidente du MEDEF Occitanie

Jacques CHANUT

Président de la Fédération Française du Bâtiment

21^{ème} édition - Jeudi 14 février 2019

Siège de La Dépêche du Midi

Béatrice KHAIAT

Directrice Générale de Campus France

POUR TOUTE INFORMATION :

contact@rencontres-occitanie.fr

Tel : 05 62 11 95 96



Leila Bijaoui-Rouch
Chargée de mission auprès de la Présidence
Les Rencontres d'Occitanie
[@rencontres_oc](https://twitter.com/rencontres_oc)

www.rencontres-occitanie.fr

LA DÉPÊCHE

Midi Libre

L'INDÉPENDANT

EN PARTENARIAT AVEC :

KPMG


Pierre Fabre

**LEXUS
TOULOUSE**