



# LE WEF ATTEINT DE NOUVEAUX GROUPES CIBLES GRÂCE AUX MÉDIAS SOCIAUX

La semaine dernière, le 49e Forum économique mondial (WEF) s'est tenu à Davos. ARGUS DATA INSIGHTS Schweiz a analysé la couverture médiatique nationale et internationale de l'événement ainsi que le buzz réalisé sur les réseaux sociaux par cette dernière édition du Forum économique mondial. En voici les principaux chiffres et faits, accompagnés d'informations clés exclusives.

## FAITS ET CHIFFRES

Le Forum économique mondial de Davos réunit depuis 1971 les grands décideurs mondiaux de l'économie et de la politique. Une incroyable concentration de pouvoir qui se reflète en grande partie dans la couverture médiatique assurée par les nombreux journalistes présents et les innombrables contenus postés sur les réseaux sociaux.

Pour la période du 22.01.2019 au 25.01.2019, la Suisse comptabilise à elle seule la publication de près de 1 300 articles de journaux et 3 600 actus web à propos du WEF. Des re-

portages jusqu'aux thématiques people, en passant par les rapports de synthèse et les commentaires, toutes les formes de couverture journalistique ont été utilisées pour parler des événements de Davos. Les portails en ligne de l'ex «AZ Medien» (aujourd'hui «CH Media») ont été particulièrement prolifiques, avec plus de 80 articles consacrés au sujet.

C'est néanmoins le portail financier «Swissquote» qui arrive en tête de liste, avec un total de 189 publications dans lesquelles le WEF a été cité, soit environ 48 articles par jour. Les chiffres de la couverture médiatique mondiale sont encore plus parlants : sur toute la durée

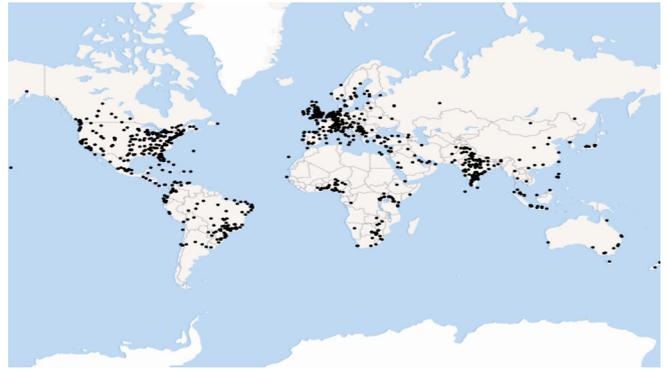
de cette rencontre annuelle, ARGUS DATA INSIGHTS Schweiz a recensé quelque 420 000 publications en ligne et sur les réseaux sociaux, avec un engagement d'environ 3 millions de partages, likes et commentaires, et une portée potentielle de près de 1,5 trillion de personnes. À titre de comparaison, la population mondiale s'élève actuellement à environ 7,6 milliards d'individus. On en déduit donc que pendant le WEF, chaque personne sur Terre a potentiellement été en contact 190 fois avec une publication sur les réseaux sociaux ou un article en lien avec ce sujet.

**ARGUS DATA INSIGHTS Schweiz génère des informations utiles et intéressantes qui profitent aux organisateurs d'événements.**

## RÉPARTITION MONDIALE

L'analyse de la répartition mondiale des 420 000 publications recensées en ligne et sur les réseaux sociaux montre que la présente édition du WEF a suscité un intérêt particulièrement grand.

- Grande-Bretagne ≈ 32 500 publications
- Suisse ≈ 29 200 publications
- États-Unis ≈ 131 800 publications
- Brésil ≈ 21 900 publications
- Inde ≈ 27 400 publications

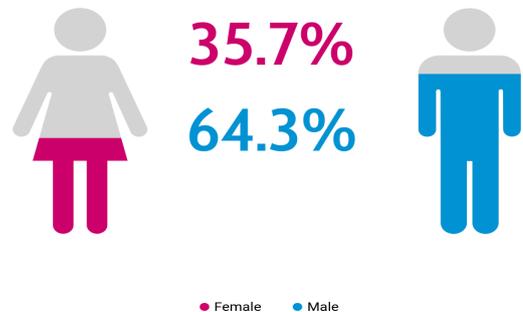


Cette carte du monde montre que les pays représentés au WEF par des personnalités éminentes ont activement participé au débat médiatique.

## INFORMATIONS DÉMOGRAPHIQUES CLÉS

Près d'un tiers de l'ensemble des publications recensées sur les réseaux sociaux ont été postées par des femmes. Par rapport aux 22 % de femmes ayant participé au WEF, le pourcentage de femmes ayant contribué au débat en ligne a été supérieur de près de 11 % à celui du WEF.

Environ 71 % des publications ont été rédigées par des individus âgés de 18 à 34 ans. 25 % des publications ont même été affectées à la catégorie des 18 à 24 ans, ce qui permet d'affirmer que le WEF a suscité un vif intérêt auprès des jeunes.

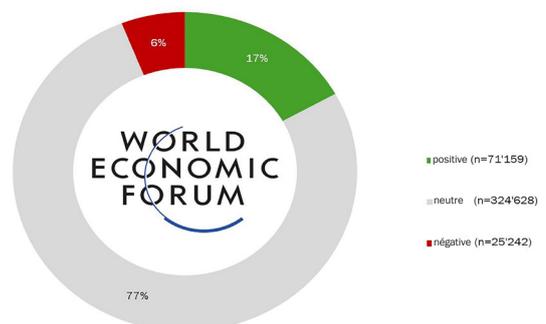


Un nombre étonnamment élevé de jeunes se sont intéressés au WEF. Un phénomène dû à la participation d'une personnalité en particulier : voir page 3.

## TONALITÉ DES PUBLICATIONS

L'analyse de la tonalité des publications montre qu'à l'échelle mondiale, les articles à tonalité positive recensés étaient trois fois supérieurs aux articles à tonalité négative.

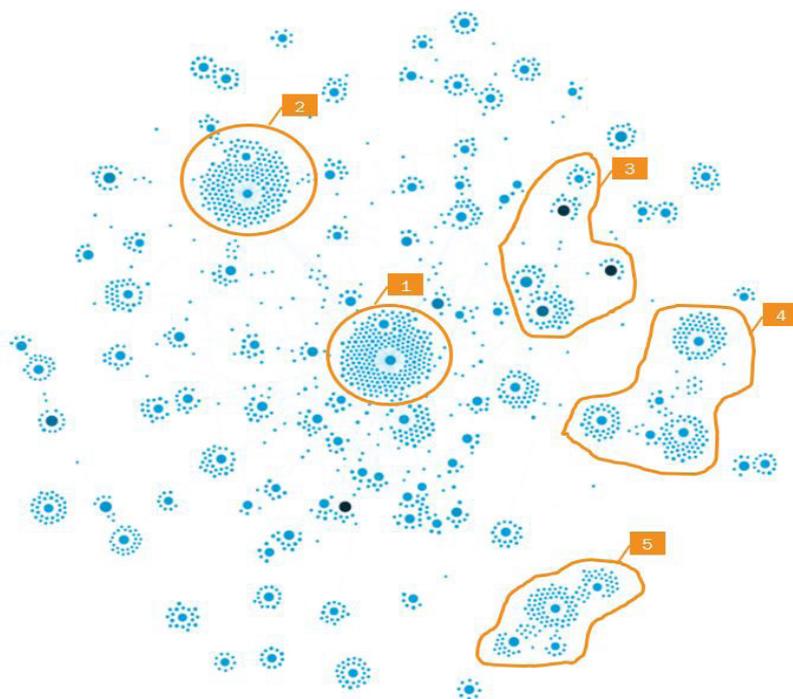
En Suisse, la part des publications négatives était encore plus faible, avec environ 5,5 %. Un phénomène qui s'explique par la proportion élevée d'articles à visée économique et touristique, imputables notamment à la ville de Davos en tant que site d'accueil du WEF.



Bien que controversé, le WEF a néanmoins fait l'objet d'articles et de débats à la tonalité relativement positive.

## LE RÉSEAU TWITTER

L'analyse de Twitter et des quelque 345 000 tweets postés pendant la tenue du WEF se traduit par le schéma suivant :



(1) Au centre du réseau, on retrouve sans surprise le compte Twitter du WEF avec près de 3,3 millions de followers.

(2) La jeune militante pour le climat Greta Thunberg est parvenue non seulement à rallier à sa cause de très nombreux élèves, mais aussi à se classer parmi les comptes Twitter les plus importants pendant le WEF.

(3) Les comptes Twitter des portails médiatiques américains comme CNN, Reuters et Bloomberg ont eux aussi joué un rôle essentiel.

(4) Bloomberg est également très significatif à l'échelle de ce cluster, qui réunit le compte Twitter du nouveau président brésilien Jair Bolsonaro, le compte Twitter officiel du gouvernement brésilien (@planalto) ainsi que la

chaîne BloombergTV, à laquelle Bolsonaro a répondu pendant le WEF.

(5) À noter également : le cluster quelque peu isolé autour du président serbe Aleksandar Vučić qui, en raison de sa rencontre pendant le WEF avec des représentants de la Banque européenne au sujet de la reconstruction et du développement, a rencontré un certain écho sur Twitter.

Retrouvez d'autres analyses percutantes en lien avec l'écho médiatique sur [www.argusdatainsights.ch/analyse-media](http://www.argusdatainsights.ch/analyse-media).

### CE SERVICE VOUS INTÉRESSE ?

N'hésitez pas à nous contacter. Nous vous ferons parvenir une offre personnalisée sans engagement. Nous sommes à votre disposition pour toute question ou renseignement complémentaire. Vous pouvez nous joindre par téléphone au +41 44 388 82 10 ou par e-mail à [analyse@argusdatainsights.ch](mailto:analyse@argusdatainsights.ch).