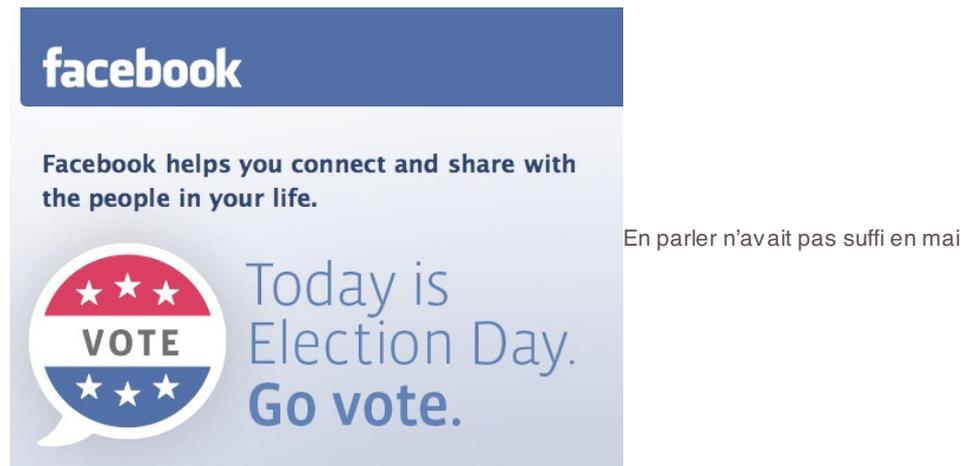


LES ÉLECTIONS DE 2012 SE GAGNERONT SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX (OU PRESQUE ?)

LE 26 DÉCEMBRE 2010 CHRISTOPHE RAMEL

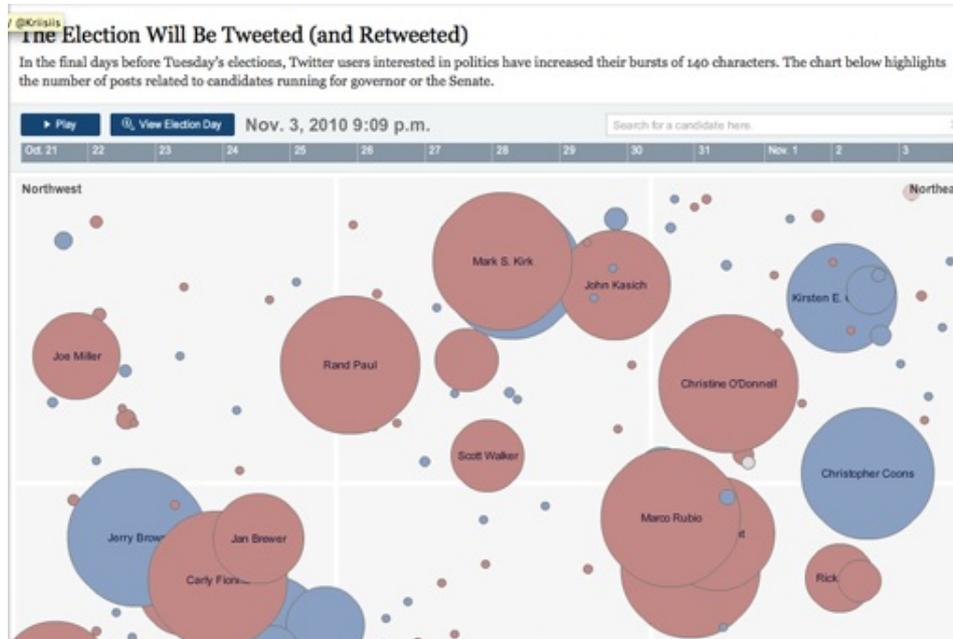
On a beaucoup parlé du rôle des réseaux sociaux lors de l'élection de Barack Obama en 2008. Le même phénomène va-t-il se passer lors de la prochaine présidentielle française ?



2007. La faible notoriété des réseaux sociaux à l'époque (moins de 700.000 Français inscrits sur Facebook, à peine quelques milliers sur Twitter) n'avait pas été perçue comme une menace (ou dans le meilleur des cas, comme une opportunité) par les différents partis politiques, et très clairement, la bataille des urnes se gagnait plutôt à coup de débats télévisés, de meetings et d'opérations de street marketing (via des tracts, notamment). Les élections sénatoriales du 2 novembre 2010 aux États-Unis ont cependant donné un avant-goût de ce que l'on pourrait connaître courant 2012, lors des prochaines élections présidentielles en France. Les réseaux sociaux ont en effet joué un rôle relativement important dans un pays où l'on estime que 42% des 18-24 ans sont influencés par les réseaux sociaux (selon Echo Research).

Il fut un temps où les électeurs ne se nourrissaient que des dires des médias traditionnels, en particulier la télévision, et donc à travers un seul écran. Aujourd'hui, les citoyens se focalisent de plus en plus sur les données accessibles via plusieurs écrans, à savoir la télévision, mais également leur ordinateur ou leur téléphone portable. Ces nouveaux médias offrent de nouvelles opportunités, et une récente étude confirme son poids : **selon Echo Research toujours, près de la moitié des Américains sont allés se renseigner sur les différents politiciens sur les réseaux sociaux, faisant ainsi de cette source celle qui enregistre la plus forte croissance en terme d'influence par rapport aux dernières élections présidentielles de 2008. Facebook et Twitter ne jouissent désormais plus seulement des répercussions d'un effet de mode : ils doivent faire partie intégrante d'une campagne électorale.**

Si ces réseaux sont aussi attractifs à première vue, **c'est surtout parce qu'ils permettent de mêler nouvelles méthodes de communication et propagation auprès de différentes sphères sociales.** Facebook permet par exemple non seulement de présenter un argumentaire ou une prise de position à son entourage, mais également de dialoguer, de partager, d'échanger des points de vue avec des amis ou les amis de ses amis. Autrefois particulièrement attentistes et spectateurs, les citoyens deviennent peu à peu des acteurs d'une campagne, capables de véhiculer un message et de l'argumenter auprès de centaines d'autres individus. Ne dit-on pas que Twitter est le pouls de la nation ? Les principaux acteurs des différents médias traditionnels l'ont d'ailleurs bien compris, et ont pour la plupart élaboré des présences sur les réseaux sociaux.



Outre cette approche plutôt théorique, les chiffres et les différentes actions parlent d'eux-mêmes. **Aux États-Unis toujours, le 3^{ème} débat télévisé en 2010 a généré 154.342 tweets relatifs à différents termes proches du débat sur Twitter, soit près de 27 tweets par seconde, par 33.095 individus**, selon le compte Twitter officiel @Tweetminster. Sur Facebook, des groupes pro-Républicains ont rassemblé jusqu'à 136.000 personnes, jusqu'à 126.000 pour les pro-Démocrates. *The Washington Post* a acheté la tendance de recherche promotionnelle « #Elections », le *New York Times* a créé une **cartographie** [en] affichant le tracking des discussions au sujet des différents prétendants, Twitter a appelé à l'utilisation des hashtags #Votereport et #NYCvotes, Foursquare a créé le badge « I voted », une application Facebook a été spécialement conçue afin d'appeler les plus réticents à voter et Facebook a appelé au vote et proposé un outil de localisation du bureau de vote le plus proche de chez soi.

Cependant, bien que cela puisse paraître alléchant à première vue pour les différents partis politiques, les chances pour que les réseaux sociaux jouent un rôle aussi important en France sont toutefois à relativiser. Tout d'abord, le taux de pénétration de ces réseaux dans les ménages de l'Hexagone est à relativiser. Selon une récente étude de **Karalys**, seuls 225.000 des 150 millions d'inscrits à Twitter sont français, pire, seuls 18 à 35.000 d'entre eux seraient actifs. Or, très clairement, une élection présidentielle se joue très rarement sur quelques dizaines de milliers de votes. Facebook, de son côté, reste très utilisé mais peine encore à séduire les différents acteurs francophones : l'UMP rassemble aujourd'hui moins de 6.500 fans, le Parti socialiste 12.600, et rien ne garantit que des efforts seront apportés d'ici à 2012.

Un indicateur pas très fiable



Parallèlement, l'histoire nous montre que les réseaux sociaux ne sont pas toujours très représentatifs et que des prévisions issues des différentes discussions ou de la taille des communautés s'avèrent périlleuses. Par exemple, en 2008, Obama avait plus de 2 millions de fans sur Facebook contre 600.000 pour son adversaire McCain, 112.000 followers contre

4.600 pour McCain sur Twitter (selon les auteurs de *Throwing sheep in the boardroom: how online social networking will change your life*). Pouvaient-on alors supposer que bien plus supporté, il jouirait probablement d'une victoire relativement facile ? Il ne gagnera finalement qu'avec 52,9% des voix, **ce qui mène à penser que même en politique, « la taille ne compte pas » sur les réseaux sociaux**. Les principaux partis politiques français sauront-ils alors prendre soin de se tourner vers des indicateurs (et donc des méthodes) plus pertinents ?

La victoire d'Obama a clairement été boostée par ses nombreuses campagnes d'emailing qui ont généré un nombre très important de petites dotations indispensables pour payer les publicités à la télévision. La logique voudrait donc que d'ici au premier trimestre 2012, différents prétendants élaborent des présences sur Facebook et sur Twitter, mais sans forcément faire reposer leur stratégie globale sur celles-ci. Bien que plus utilisés qu'en 2007, ces réseaux devraient donc jouer un rôle moins important que l'on ne pourrait le souhaiter, à moins que l'art de la persuasion via les plateformes sociales soit profondément accentué ces prochains semestres. Quel est votre avis sur le sujet ? Dominique Strauss-Kahn et Martine Aubry pourraient-ils par exemple créer la surprise et redorer le blason de la gauche dans le cœur des français via Facebook et Twitter ?

—

Billet initialement publié sur **My community manager** ; Christophe Ramel tient le blog **kriisiis.fr**

Image CC Flickr **clementine gallot** et **Zoomabooma**

MYGREG

le 26 décembre 2010 - 16:22 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



les réseaux sociaux ont été pour Obama un des piliers de mobilisation, des électeurs, mais surtout des partisans et proches des démocrates. C'est par ce biais là, que des équipes de campagne se sont créées, mobilisées. Une des composantes de la victoire d'Obama aura été sa campagne sur le terrain : débat, porte à porte, etc. Une retour au source, plus près des citoyens. Mobiliser, encore et toujours, jusqu'au dernier moment.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

FAH

le 26 décembre 2010 - 16:30 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Si la présence d'un candidat à l'élection présidentielle est requise, souhaitable et évidemment importante en termes de e-réputation, de notoriété etc... elle n'est pas décisive.

Ce n'est qu'une partie de la population qui se trouve sur les réseaux sociaux. Tout un pan des électeurs ne pratiquent pas la recherche d'information via les réseaux sociaux. Aussi je pense que si les candidats doivent évidemment prendre en compte leurs e-électeurs, ils ne doivent pas les prendre en compte de façon plus importante sous prétexte que c'est une nouvelle forme et tranche de communication.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

ASONE

le 26 décembre 2010 - 17:07 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



mmh,

pour la France je suis dubitatif. Il y a un tel illétrisme numérique dans la classe politique française que je ne suis pas sur, aussi bien à droite qu'à gauche, qu'il y ait un véritable investissement (intelligent) dans ces médias là.

Il n'y a qu'à voir l'utilisation de twitter et facebook de la plupart de nos représentants, ce ne sont que des bots distribuant du flux RSS, hors pour avoir un impact sur le web, il faut s'investir dedans. Jusqu'à présent, dans l'ensemble ca n'a pas été très brillant.

Comme le décrit l'article, le peu d'influence réel qu'ont eu les réseaux sociaux jusqu'à présent risquent de ne pas vraiment aider.

Par contre, personnellement, j'ai hâte de voir ce que l'arrivée de l'open-data et le data-

journalism dans nos contrées peut donner. Si il y a peu de chances qu'en 2012 cela ait le moindre effet, j'espère très fortement que cela donnera un petit coup d'accélérateur au développement d'outils qui permettront de comprendre et de vérifier les argumentaires des uns et des autres ;)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

BARBECANE

le 26 décembre 2010 - 20:28 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



L'influence (réelle ou supposée) des réseaux sociaux sur les élections présidentielles .fr de 2012. Un sujet intéressant dont la seule référence dans la note est la présidentielle US de 2010.

Rien sur ce qui s'est passé en France pour les dernières régionales, qui aurait pourtant amené son lot de statistiques à étudier.

Je veux bien qu'il soit à la mode d'ouvrir le micro à n'importe qui du moment qu'il passe ses journées sur Twitter et Facebook. Il y a un moment quand même, où quand on se présente avec certaines prétentions, il faudrait faire preuve de méthode, de sérieux et de travail. Tout ne peut pas se réduire, au prétexte d'être "fun" et "branché" à des approximations et des spéculations douteuses.

Le sujet est très intéressant, la manière de le traiter est confondante. Dommage.

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

WILNOCK

le 27 décembre 2010 - 8:06 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



A l'heure actuelle, la France est bien trop "low-tech" pour que les réseaux sociaux aient une quelconque influence sur la vie politique, et le phénomène de "gauchosphere" tient plus du micro-climat bloggeuro-centrique.

Les politiques en France sont bien trop largement dépassées par la technologie (outre 2-3 exceptions).

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

GAGANAUSAURE

le 27 décembre 2010 - 10:05 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@wilnock

pourquoi le fait de ne pas utiliser ou d'utiliser peu les réseaux sociaux implique, si je vous comprends bien, être "low-tech" ?

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

TUEURSNET

le 27 décembre 2010 - 10:46 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



Les élections 2012...

On ne comprendra jamais rien à nos mythomanies, si on ne fait pas appel à la mythologie.

La réalité est un poison. Le remède c'est l'imagination.

Nous sommes toujours déjà en 2012 et au lieu de confier notre destin aux mêmes pantins,

on va faire appel à un seul et unique électeur :

Le président de la République actuel pour désigner lui-même son successeur.

Il y aura trois prétendantes au trône, trois déesses pour convaincre son altesse.

Héra : déesse de la puissance

Athéna : déesse de l'intelligence

Et Aphrodite : déesse de la délivrance.

On aura droit grâce à la bonne volonté de notre Roi à un débat télévisé entre les trois, diffusé en direct sur tous les continents.

Le moment venu, chacune revêtue de ses plus beaux atours va laisser tomber son masque et montrer son vrai visage

*pour dispenser sa majesté de tout vilain discours.
Héra, c'est Martine.
Athéna, c'est Marine.
Et Aphrodite c'est Marianne sous les traits de Jean-François Kahn.
Et après avoir longuement médité sur l'avenir qui attend les français, notre président se lève,
et au lieu de trancher, décide de se retrancher... déchire sa pièce d'identité
et renonce une fois pour toutes à sa nationalité !*

<http://www.tueursnet.com/index.php?journal=Balle%20de%202012>

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

TUEURSNET

le 28 décembre 2010 - 10:35 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



A vos blogs citoyens !

*Réunissons-nous en cliquant sur une petite souris, seule capable de venir à bout
d'une politique qui ne tient plus debout.*

*Et exprimons-nous de concert, sur les sujets les plus divers à travers nos créations
imaginaires...*

pour que le passé soit dépassé et l'avenir ré-ouvert.

<http://www.tueursnet.com/index.php?journal=Bigblog>

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

WILNOCK

le 28 décembre 2010 - 13:18 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



@gaganausaure

*Ce n'est pas particulièrement la faible pénétration de la population française au sein des
réseaux sociaux qui me fait dire que la France est 'low-tech', il s'agit plutôt de la posture
réfractaire de nos politiques face à cet outil de communication: interdiction de twitter en
commission ou assemblée, renfermement des données publiques (en particulier le site de
l'AN...)*

Le terme de "low-tech" n'étant pas de moi, mais d'Arnaud Dassier:

<http://adassier.wordpress.com/2010/08/04/sarkozy-le-president-low-tech-petite-histoire-d%E2%80%99un-formidable-gachis-ou-le-nauffrage-digital-de-la-droite-fran%C3%A7aise/>

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE