

Le politique ne brille pas vraiment sur Twitter

Pour la première fois, une étude se penche sur le comportement de 794 hommes politiques francophones sur le réseau social aux 140 caractères. Et critique le règne de l'autopromotion.

BENOÎT MATHIEU

Peut franchement mieux faire. Tel est, en substance, le bulletin dressé par Nicolas Vanderbiest à l'homme politique francophone. Dans la matière suivante: usage de Twitter, ce réseau social où règnent l'immédiateté et la limite formelle des 140 caractères. Du 5 juillet au 22 septembre, ce conseiller au sein de l'agence Reputation 365 et par ailleurs doctorant à l'UCL – son dada: les crises de réputation des organisations sur internet – a digéré les tweets postés par 794 hommes politiques bruxellois ou wallons.

On vous l'annonçait d'entrée de jeu: le bilan ne brille pas de mille feux. Déjà, l'homme (ou la femme, entendons-nous bien) politique francophone moyen n'est pas particulièrement actif sur Twitter. Il a posté 1.682 messages depuis l'apparition du réseau social. Soit moins que la majorité des utilisateurs actifs; un score honorable toutefois, se permet-on d'ajouter, certains *twittos* (comme on dit) étant atteints d'une forme redoutablement virulente d'hyperkinésie. Et quand il est actif, ce n'est pas toujours mémorable, «l'*homo politicus* se servant de Twitter pour sa promotion pure et dure», déplore Nicolas Vanderbiest, l'exercice de style tournant alors à la rengaine du «moi, je».

Et de démonter au passage un mythe, voulant que ce réseau permettrait au politique d'être plus proche des citoyens. «La plupart du temps, Twitter est perçu comme une

contrainte obligatoire par les dirigeants des différents partis.» Un constat qu'accroît l'éventuelle prise en main du compte par un «communicant», «preuve indubitable que Twitter est encore utilisé dans une logique top-down», et donc à sens unique.

■ **PS.** Sur Twitter comme dans la vraie vie, les deux hommes forts socialistes sont Elio Di Rupo et Paul Magnette – qui arrivent pourtant peu à mobiliser via Twitter, si ce n'est lorsqu'ils abordent des dossiers européens, Grèce en tête. Environ 57% des messages postés par la galaxie PS peuvent être considérés comme de l'autopromotion. Suit ensuite la politique intérieure (20%), partagée entre la critique de l'étage fédéral et la promotion de l'action menée dans les Régions. L'étude

montre aussi que les conversations sur le réseau social sont très compartimentées, notamment entre Bruxellois et Wallons.

■ **MR.** Il n'a beau plus être le patron, le compte de Didier Reynders devance toujours celui de Charles Michel. Allez, une consolation pour le Premier ministre: c'est indiscutablement lui le centre des conversations menées par les réformateurs. D'ailleurs, les thèmes mis en avant par le MR ne vous étonneront guère: gouvernement fédéral et encore gouvernement fédéral (*#begov*, dit-on sur Twitter). La palme du *tweet* ayant généré le plus d'interactions revient à Charles Michel, avec son fameux «*Agree-*

ments» du 13 juillet, indiquant qu'un accord avait été trouvé sur l'épineux dossier grec. Notons encore que le MR souffre d'une fâcheuse tendance à l'autopromotion (71% des liens partagés).

■ **cdH.** Pas de doute. le cdH, c'est le cancre de la classe, sanctionné par son «*absence totale*

de stratégie de communication». Exemple marquant: son grand patron, Benoît Lutgen, boude toujours Twitter. Pour ne rien arranger, il n'existe aucun dialogue entre les membres du cdH – seul le fait de taper sur Jacqueline Galant (MR) semble les rassembler. Le parti souffre aussi du syndrome de l'autopromotion (72%).

■ **Ecolo.** L'écologiste le plus actif, c'est le député fédéral Benoît Hellings, les deux coprésidents Zakia Khattabi et, surtout, Patrick Dupriez devant encore s'imposer au centre du réseau Ecolo. Les Verts, eux, ne se regardent pas trop le nombril (39%), réagissent nettement plus à l'actualité et abordent plus que les autres la politique européenne (12%) et étrangère (9%).

■ **FDF.** Chez les FDF, on se suit très peu l'un l'autre, relève l'étude. Et l'on utilise des *hashtags* (des marqueurs de discussions, si vous voulez) que personne, ou presque, ne suit. Au menu des sujets portés sur Twitter par les FDF, on retrouve sans surprise l'action du gouvernement fédéral, la nomination des bourgmestres et du communautaire. Le tout assorti de «petites phrases» – une discipline que pratique avec aisance Olivier Maingain.

■ **PTB.** L'activité du parti suit essentiellement le pouls de l'actualité. Assez peu porté sur l'autopromotion pure et dure (2%), le PTB concentre l'essentiel de son énergie (89%) sur la critique des majorités en place.

«La plupart du temps, Twitter est perçu comme une contrainte obligatoire.»

NICOLAS VANDERBIEST
DOCTORANT À L'UCL

LE PALMARES DE «L'HOMO POLITICUS» FRANCOPHONE SUR TWITTER

Le plus égocentrique

Didier Reynders (MR)

Quand il ne fait pas la météo, le ministre des Affaires étrangères parle essentiellement de lui. Au total, 20% des articles *tweetés* par le MR comprennent «Reynders» dans leur titre.

Le moins à l'écoute

Olivier Maingain (FDF)

Chez les FDF, on se suit très peu l'un l'autre sur Twitter. Là aussi, le grand patron, c'est Olivier Maingain, qui ne suit que 19 comptes des 45 que compte son parti. C'est le président le moins à l'écoute.

Le grand absent

Benoît Lutgen (cdH)

Bon, le cdH n'est déjà pas très performant sur Twitter. Son président frappe plus fort: il n'y est tout simplement pas. Le parti essaie du coup de compenser avec le *hashtag* #Lutgen.

Le plus actif

Raoul Hedebouw (PTB)

Plus prolixe que Didier Reynders, il y a Raoul Hedebouw. Le porte-parole du PTB est le plus actif sur Twitter. 15.760 tweets, chiffre l'étude – il a à présent dépassé la barre des 17.000.