

## Les médias sociaux, cinquième pouvoir ?

Anne-Catherine Ouvrard, maîtresse de conférences, spécialiste en marketing digital

Publié le 14 mars 2017 – Mis à jour le 7 novembre 2018

Face à une peinture des réseaux sociaux comme Barack Obama, comment nos femmes et hommes politiques se sont-ils emparés de la toile alors que la campagne électorale pour la présidentielle bat son plein ?



Il s'agit de la version *in extenso* de celle publiée en avril 2017 dans le *Cnam mag'* n°7.


Le 20 janvier dernier, au lendemain de l'investiture de Donald Trump, Barack et Michelle Obama annonçaient leurs projets post-présidentiels dans une vidéo "What's Next" postée sur Youtube.

Loin des traditionnelles interviews et à travers un format vidéo de 2 minutes optimisé pour les réseaux sociaux, le couple Obama annonçait ainsi la création de sa fondation mais aussi, et ce détail est passé inaperçu, un retrait temporaire de sa vie en ligne. Michelle Obama l'annonçait solennellement : "nous allons faire un break et nous ne devrions plus être aussi présents en ligne que vous en aviez l'habitude".



Barack Obama @BarackObama · 20 janv.

Hi everybody! Back to the original handle

 **Hi everybody: Back to the original handle. Is this thing still on? Michelle and I are off on a quick vacation, then we'll get back to work.**

À l'origine en anglais

72 k 445 k 1,9 M

Alors que

Barack Obama

prenait congé de la Présidence des États-Unis, le couple prenait-il aussi congé des **réseaux sociaux** ? Rien n'est moins sûr. Le jour même Barack Obama reprenait également la main sur son compte personnel **Twitter** en se demandant avec le ton et l'humour qui le caractérisent s'il fonctionnait toujours. Si le feuilleton était temporairement allégé, il continuait donc !

Avec un score **Klout** de 99 (et une équipe dont on dit qu'elle est ne compte pas moins de 100 *community managers*) Barack Obama a toujours fait figure de pionnier dans l'utilisation des technologies numériques à des **fins électorales, politiques ou personnelles**. Son historique réélection de 2012 fut pilotée par le **Big Data** et ses "*data crunchers*", afin de géolocaliser les indécis, optimiser les messages, micro-cibler les campagnes, **A/B tester** les signatures des emailings. Ainsi son équipe s'aperçut rapidement que les mails signés Michelle obtenaient un meilleur **ROI** que ceux signés Barack. La récolte de dons en fut décuplée. CQFD.

Mais qu'en est-il de nos **figures politiques hexagonales** ? Sont-elles balbutiantes sur les réseaux ou tenons-nous un Barack Obama à la française sur **Youtube** ? **Emmanuel Macron**, le plus jeune d'entre eux, se distingue sûrement. Sur les **réseaux** il dit "JE" et s'engage (d'ailleurs son taux d'engagement est bien meilleur que celui de ses collègues). Son mouvement "En marche" est en accord parfait avec les **codes 3.0** : participatif, collaboratif, sans création de hashtag officiel, ce sont les internautes qui se réapproprient son discours et son sens de la formule pour le restituer de manière libre sur les réseaux. **Jean-Luc Mélenchon** lui, a choisi une nouvelle extension du domaine de la lutte en la plateforme Youtube qu'il a investi comme un vrai Youtuber de la pensée. Près de 190 000 abonnés le suivent régulièrement et on peut dire que c'est **notre youtuber politique le plus aguerri de la plateforme**. **Florian Philippot** qui a lancé sa chaîne Youtube mug à la main le 10 janvier depuis la "cafet" du QG de campagne de **Marine Le Pen** essaye-t-il de le doubler ? On dirait que les extrêmes ont choisi les mêmes territoires d'expression. **Alain Juppé** a depuis toujours préféré les mots et une forme de classicisme numérique, et ce malgré son pseudo "Al1jup" sur la toile. Son "**blog-notes**" initié lors de son exil canadien en 2004 témoigne de ses pensées, de ses activités et ne manque pas parfois d'une certaine touche de philosophie méditative. Alain Juppé, le nouveau Montaigne 3.0 ? Que dire enfin de **François Fillon**, dont le hashtag **PenelopeGate** a depuis quelques jours envahi tout l'espace de communication ? Son équipe tente d'organiser la riposte sur les **réseaux sociaux** : hashtag maladroit, tweet officiel copié-collé par de faux ambassadeurs spontanés ... c'est sans compter sur la perspicacité et la mémoire des réseaux qui ont rapidement débusqué la faille et trollé l'assaillant. Le #StopChasseAlhomme du 1er février a vite été la risée des réseaux sociaux.

Mais pourquoi y-a-t-il un tel écart entre un Barack Obama authentique et droit dans son Youtube et nos hommes politiques français ? **Une façon encore trop traditionnelle de pratiquer la politique en France** ? L'âge de nos candidats (on voit que c'est Emmanuel Macron, le plus jeune d'entre eux, qui s'en sort le mieux sur les réseaux) ? L'âge du personnel des partis ? L'ouverture d'esprit des français ?

Non, nos figures politiques françaises ne maîtrisent encore ni **l'art du storytelling** à la Obama, ni la maestria de nos Cyprien et Norman pour s'exprimer sur les réseaux. N'est pas Youtuber qui veut !

Une règle est d'or sur les **réseaux sociaux** : il vaut parfois mieux (les) écouter avant de (leur) parler. Messieurs et Mesdames les politiques, si vous vous mettiez à l'e-listening ?

Anne-Catherine Ouvrard  
maîtresse de conférences associée au Cnam,  
professeure et formatrice en Marketing digital.

<sup>1</sup> Le score **Klout** mesure l'influence cumulée d'un utilisateur sur les réseaux sociaux, notée de 1 à 100.

<sup>2</sup> L'A/B testing est une procédure utilisée en marketing permettant de mesurer l'impact sur l'atteinte d'un objectif en changeant de version pour une variable.

<sup>3</sup> *Return on Investment*, c'est-à-dire "retour sur investissement"

## L'auteure

**Anne-Catherine Ouvrard,**

Maîtresse de conférences associée au Cnam et professeure et formatrice en Marketing digital

[+ tous ses articles](#)



<http://icsv.cnam.fr/connaître-l-icsv/nos-missions/les-medias-sociaux-cinquieme-pouvoir--897989.kjsp?RH=1448464431>