

Certains utilisent le réseau social pour parler de leur vie privée...



Une partie des candidats communique sur Instagram en partageant leur vie privée. Nous pouvons ainsi suivre Mathias Reynard (PS/VS) lors de ses sorties à vélo, au cours d'un footing en montagne ou dans ses vignes. Il explique que ce réseau social vient en complément de Facebook et de Twitter, sur lesquels il est

aussi très actif. «Instagram me permet de m'adresser à un public plus jeune et peut-être moins politisé, affirme Mathias Reynard, qui compte presque 2000 abonnés. Je publie généralement des publications plus légères sur ce réseau.» Le Valaisan a aussi un compte privé pour ses proches. Son compatriote du

Vieux-Pays Philippe Nantermod (PLR) est pour sa part le champion romand d'Instagram (1190 publications) et partage aussi des photos de sa vie privée, comme des fondus ou des paysages. «J'essaie d'avoir une image sympathique. On élit un programme mais aussi une personne», explique le libéral-radical. Pion-

nier dans l'usage d'Instagram, il reconnaît toutefois être de plus en plus professionnel dans ses publications. «J'étais étudiant quand je me suis inscrit. Depuis, je me suis marié, j'ai eu un enfant et je suis devenu vice-président du PLR. Je fais plus attention à ce que je publie», indique Philippe Nantermod.

Les politiciens suisses se tournent vers Instagram

COMMUNICATION Lors de cette campagne des fédérales, Instagram a le vent en poupe auprès des candidats. Ceux-ci partagent en images leur activité professionnelle voire leur vie privée sur le réseau social qui monte.

JULIEN CULET
julien.culet@lematindimanche.ch

Les élections fédérales de 2015 ont consacré l'importance des réseaux sociaux dans la communication politique. Un nouveau pas est franchi puisque les politiciens prennent désormais d'assaut Instagram, après avoir maîtrisé les incontournables Facebook et Twitter. À l'approche du scrutin de cet automne, ils sont de plus en plus nombreux à adopter le partage d'images. «Instagram gagne en popularité par rapport à d'autres réseaux, comme Facebook, et les élus suivent ces tendances», confirme Alexis Delmege, président de la Société romande de relations publiques (SRRP).

La socialiste Ada Marra s'est ainsi lancée en mai, dans le cadre de sa campagne aux États, sur conseil des jeunes de son parti. «Ils m'ont dit que je devais y être, s'agissant du réseau social qui monte, indique la Vaudoise. Je découvre encore les codes d'Instagram donc je suis entourée pour publier.» Ces codes consistent à partager des photos ou de courtes vidéos avec un texte généralement succinct, sans liens hypertextes. Impossible donc d'y transmettre de longues prises de position.

Dans la course à la Coupole, Instagram est utilisé par les candidats pour se distinguer de leurs adversaires et pour soigner leur image auprès des électeurs. «On va être beaucoup plus dans la perception, le senti, explique Alexis Delmege. Les politiciens l'ont bien compris et en ont saisi l'importance. Nous sommes davantage dans une société de l'image que de l'opinion et donc, de ce point de vue, il s'agit d'un outil assez fort.»

Candidats et élus transmettent ce qu'ils sont sur Instagram. En cela, plusieurs catégories d'utilisateurs peuvent être définies.

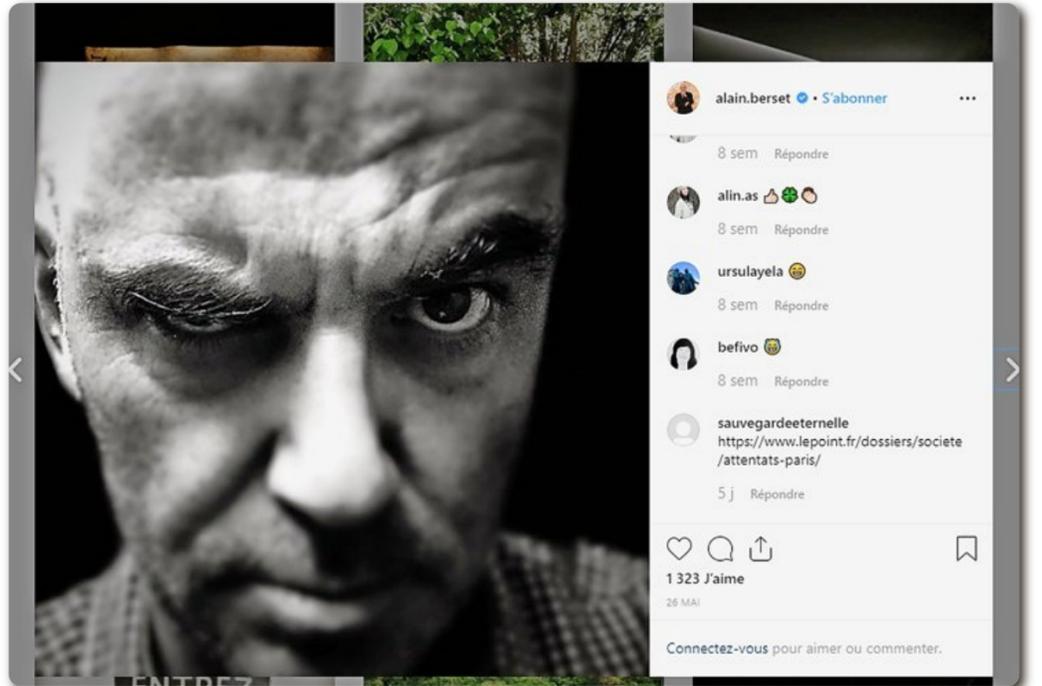
Certains n'hésitent pas à mettre en valeur leur vie privée quand d'autres se concentrent sur la mise en avant de leur activité politique (*lire ci-dessous*). On trouve plus rarement des «artistes», aux profils centrés sur des photos à la composition léchée, comme le conseiller fédéral Alain Berset. «Aucune communication n'est neutre. Pour faire passer le message que nous sommes un bon père, nous publions des photos d'activités avec nos enfants. Quand nous partageons des images de footing, nous allons donner une impression de personne sportive à la vie équilibrée, illustre Alexis Delmege. À l'inverse, un élu qui ne montre que sa vie professionnelle va vouloir exprimer son engagement, son sérieux de tous les instants.»

«Un canal a son utilité lorsqu'on trouve son audience et qu'on l'entretient. Cela ne se fait pas en trois mois»

Alexis Delmege, président de la Société romande de relations publiques

Pour un candidat qui souhaite sauter le pas et s'inscrire en vitesse avant les fédérales, son arrivée sur le réseau social n'aura que peu d'impact, avertit l'expert genevois en communication politique. «Un canal a son utilité lorsqu'on trouve son audience et qu'on l'entretient. Cela ne se fait pas en trois mois, prévient Alexis Delmege. Qui plus est, les premiers à suivre un élu sont déjà des convaincus.» Il déconseille également de s'inscrire uniquement pour être présent ou en réaction à des faux comptes. Le conseiller fédéral Ueli Maurer, par exemple, est absent et cible de plaisantins le décrivant comme aimant les avions F/A-18. «Ces faux comptes n'ont que peu d'impact, assure Alexis Delmege. Il ne faut pas forcément être partout. Il vaut mieux utiliser un petit nombre de canaux, en fonction de son affinité, et être actif, que de se disperser car cela peut devenir chronophage pour les élus voire les desservir s'il les emploie mal.»

...d'autres pour exprimer leur âme d'artiste...



Photos: Instagram

Une petite partie des politiciens utilisant Instagram choisit d'exprimer un talent artistique. Le plus éminent représentant de cette catégorie est le conseiller fédéral Alain Berset. Le chef de sa communication explique que le ministre publie lui-même ses photos au sens de l'esthétique particulièrement poussé. C'est le seul réseau social qui n'est pas

chapeauté par ses services et donc son dernier espace de communication personnelle. «C'est lui qui gère son compte Instagram. Il publie les choses qui l'intéressent. Il n'y a pas de message politique», explique Peter Lauener. Ce dernier ajoute qu'Alain Berset a été le premier conseiller fédéral à employer le réseau social, en juin 2017. Aujourd'hui, Ignazio Cassis

et Simonetta Sommaruga possèdent un compte et sont actifs. Les dernières publications de la cheffe de la Communication témoignent également d'un usage artistique d'Instagram. Parmi les candidats aux fédérales, les encore peu présents sur le réseau Laurent Wehrli (PLR/VD) et Carlo Sommaruga (PS/GE) tendent à suivre cette voie artistique.

...d'autres pour ne montrer que leur quotidien de politicien

Ils utilisent Instagram mais uniquement comme vecteur de leur activité politique. De nombreux élus ont opté pour un usage professionnel du réseau, à l'instar de la nouvelle venue Ada Marra (PS/VD). On assiste ainsi aux coulisses de la course aux États. «J'ai ouvert mon compte dans le cadre de la campagne, il est donc naturel que mes publications soient plus professionnelles, explique la Vaudoise. On peut toucher un public jeune et influencé par l'image.» Si elle débute encore, Ada Marra nourrit de grandes ambitions pour ce réseau. Elle affirme vouloir «élaborer un concept particulier pour Instagram» à la rentrée, sans pour autant en dévoiler les contours. Également candidat aux États, Hugues Hiltbold (PLR/GE)



utilise le réseau de manière très sérieuse et très active. Parmi les pionniers, il distingue son compte officiel de ses deux autres, privés et inaccessibles au grand public, par des publications uniquement liées à son travail d'élu. «Je le vois comme un support à usage politi-

que et sérieux. Ce n'est pas mon genre de me montrer à l'apéro ou en train de faire une bombe dans la piscine», reconnaît Hugues Hiltbold. Le Genevois ira encore plus loin à la rentrée en confiant la gestion de son compte Instagram à des assistants de campagne.

Publicité

www.Mythologie.LeMatinDimanche.ch

LE NUMÉRO 13
14,90 CHF
SEULEMENT!

MYTHOLOGIE
Les prodigieuses aventures des dieux et des héros

ORPHÉE AUX ENFERS

COLLECTION

Les dieux des enfers avaient interdit à Orphée de regarder sa bienaimée. Mais à la beauté d'Eurydice, il ne put résister.

Chaque numéro de la collection est vendu au prix de CHF 14,90 excepté le n°1, offre de lancement au prix de CHF 2,90 et le n°2 au prix de CHF 7,90. Offre réservée à la Suisse romande, dans la limite des stocks disponibles. Visuels non contractuels. L'achat de cet objet n'est pas lié à l'achat du Matin Dimanche.