Très bon article du Monde sur le rapports des politiciens avec les réseaux sociaux.

C'est pour cela que nous accompagnons les femmes et hommes politiques dans leur stratégie digitale tant sur le plan stratégique qu'opérationnel.

N'hésitez pas à nous contacter pour en parler !

La nature de l'exercice politique a changé, les partis se sont ouverts à tous, les citoyens se rassemblent et manifestent sur les réseaux sociaux… Mais la majorité des élus en France n'intègre pas encore les usages numériques dans leur activité politique. Ne sont-ils pas en train de se couper de leurs citoyens ?

Selon le site TechPresident, site de référence sur les usages du Web en politique en particulier aux Etats-Unis, plus de 80% des députés et sénateurs américains ont un compte **Twitter** (86% des républicains et 75% des démocrates) quand seulement 22% des députés français en ont un, selon l'étude d'Elus 2.0 Députés et Internet : profil du député 2.0 et palmarès de septembre 2011.

Une autre étude, publiée en juillet dernier par le Congressional Management Foundation (CMF), analyse par ailleurs les usages politiques des **Réseaux Sociaux** (**Facebook**, **Twitter**, **YouTube**) aux Etats-Unis, et leurs impacts sur le dialogue politique entre les citoyens et leurs élus :

« (…) L'utilisation des **médias sociaux** transforme et change la tonalité, la vitesse et la nature du dialogue démocratique. Les rapports du Congrès avec les citoyens ont été modifiés. Les Américains qui auparavant ne participait pas au débat de politique publique sont maintenant engagés ; les assistants parlementaires sondent en temps réel l'opinion publique sur les questions émergentes, et les sénateurs s'ouvrent à de nouveaux processus législatifs. »

Ainsi, cette étude explique comment les **Réseaux Sociaux** font aujourd'hui partie de l'ADN de la politique américaine, permettant aux élus de comprendre les évolutions de l'opinion, en plus de rendre possible le dialogue direct avec les citoyens.

Il ne s'agit donc pas de nouveaux outils de **communication** venant simplement s'ajouter aux outils traditionnels de diffusion descendante d'information (presse, télévision, radio, tracts). Il s'agit d'un changement profond de l'exercice politique, tant au niveau national que local, rendu nécessaire par notre société en perpétuel mouvement.

LA PRIMAIRE CITOYENNE OU POURQUOI LES PARTIS S'OUVRENT A TOUS LES CITOYENS

Au niveau national, les partis politiques ont bien compris que les méthodes et la **communication** politique doivent intégrer la dimension citoyenne.

Par exemple, et contrairement à une idée reçue, le débat entre des primaires ouvertes ou fermées (réservées aux militants) n'était pas essentiel pour le groupe de travail de Terra Nova en charge de concevoir une primaire à la française. En effet, la mise en place d'une primaire citoyenne s'est imposée comme la conséquence d'une époque où la participation ne peut plus – de fait – être restreinte car elle est inhérente aux modes de vie d'aujourd'hui.

De la même manière, tous les partis politiques français ont lancé leurs **Réseaux Sociaux** ouverts à tous et pas seulement aux militants (Les créateurs de possibles de l'UMP, aujourd'hui fermé, et La Coopol du PS, par exemple). Cette ouverture numérique des partis exprime ainsi la compréhension que le rôle des institutions a changé : il ne s'agit plus pour elles de définir le savoir, mais d'être capable de le structurer pour le rendre applicable.

La mise en place d'outils de Web social permettant le dialogue horizontal entre les citoyens, les militants et les élus est devenue un moyen nécessaire pour favoriser cette perméabilité entre les partis et la société civile dans son ensemble.

Cependant, force est de constater qu'au niveau local – c'est-à-dire au niveau des élus et quelque soit leur mandat – le nécessaire changement dans la manière de faire de la politique n'a pas encore eu lieu.

LES ELUS NE COMPRENNENT PAS LES ENJEUX DU WEB SOCIAL

Toutes les études aboutissent au même résultat : nos élus ne sont pas numériquement connectés à la société d'aujourd'hui, et pour beaucoup d'entre eux, ils ne comprennent pas les enjeux du **Web social** (selon une de nos

études, les députés ne sont pas sur **Facebook** – à 54% -, ni sur **Twitter** – à 78% – et, selon une étude de l'Ifop, 85% ne connaissent pas le concept d'**e-reputation**).

La problématique n'est pas de savoir si les mairies ont un site Internet. Oui, la plupart en ont un. La problématique est de savoir si les élus – en tant qu'individus – ont intégré les **réseaux sociaux** dans leurs usages quotidiens, étape nécessaire pour en comprendre réellement les impacts sur notre quotidien à tous.

Quelques témoignages recueillis lors de formations aux élus sur les usages du **Web** en politique sont très éclairants à ce sujet : un conseiller municipal d'une grande ville de la région parisienne a exigé de savoir qui contacter chez Google pour faire retirer tous les résultats sur lui… suite à une recherche avec son prénom et nom. Une adjointe au maire d'une ville moyenne de l'Ouest de la France a fermé sa page **Facebook** dès le premier commentaire non positif à ses yeux. Un conseiller régional du Centre de la France a demandé quel intérêt il pouvait avoir à être sur **Internet**, puisque tous ses collègues et concurrents y étaient déjà. Un futur candidat aux législatives de 2012 a affirmé qu'il ne servait à rien d'ouvrir un compte **Twitter**, alors que de nombreux journalistes locaux y sont présents.

Ces témoignages expriment le fait que les enjeux, les usages et les impacts du **Web social** ne sont pas compris par une majorité d'élus. Mais comment alors faire confiance à nos députés, quand ils votent des lois dont la majorité d'entre elles comportent aujourd'hui un volet numérique ? Comment un maire peut-il élargir sa perception des besoins de ses concitoyens, quand il classe **Facebook** et **Twitter** dans la case informatique ?

LES MOUVEMENTS SOCIAUX SUR LE WEB : LES CITOYENS PRENNENT LE POUVOIR

Les révolutions arabes, les Indignés espagnols et les 99% du mouvement « Occupy Wall Street » annoncent une année 2012 très « Web citoyenne ».

Tous ces mouvements ont su amplifier leurs revendications, diffuser leurs messages et au final grossir puis se structurer, grâce aux **réseaux sociaux**, en particulier **Facebook** et **Twitter**.

Ces **réseaux** permettent à chaque individu – autrefois trop isolé pour lancer un mouvement social – de « reconnaître » ceux qui partagent les mêmes idées que lui, qu'ils habitent dans la même rue ou à l'autre bout du pays. La connexion entre ces liens invisibles est alors spontanée, instantanée et multiple. Des groupes se forment sur **Facebook** et relaient leurs messages sur **Twitte**r.

Des sphères d'influence se structurent alors par le nombre de leurs membres (plusieurs milliers, voire plusieurs millions d'individus), et par leur capacité à entrer dans la sphère politique via les médias traditionnels (presse, télévision, radio).

A ce stade du processus, les citoyens prennent alors le pouvoir sur l'agenda politique des élus et inversent donc l'ordre établi. Quels sont les élus qui sauront s'adapter à cette nouvelle donne ?

A un niveau local, seuls les élus (et leurs équipes) déjà présents sur les réseaux sociaux et avec une vraie pratique participative (veille, dialogue) pourront à l'avenir sentir les tendances et être légitimes pour y répondre de manière crédible. En ce sens, les législatives de 2012 et les élections locales de 2014 seront un vrai test pour les candidats.

A un niveau national, les présidentielles en 2012 (Etats-Unis, France, Russie) verront ces mouvement sociaux se multiplier sur le **Web** souvent de manière imprévisible. Quelles seront les réactions des candidats et de leurs équipes de campagne ? Celui ou celle ne dominant pas personnellement les enjeux et les usages des réseaux sociaux sera vite démasqué(e)…

Faut-il encore évoquer d'autres arguments pour inciter nos élus à devenir des élus 2.0 ?