

Qui sont les champions des réseaux sociaux?

Dix-huit des 21 candidates et candidats au Conseil d'Etat neuchâtelois font campagne sur Facebook, Instagram, Twitter ou LinkedIn. Mais tous n'ont pas le même impact. On fait le point.

PAR ERIC.LECLUYSE@ARCINFO.CH

→ Les principaux partis neuchâtelois se mobilisent fortement sur les réseaux sociaux pendant cette campagne des cantonales. Mais du côté des comptes personnels, les variations sont fortes entre les 21 candidates et candidats au Conseil d'Etat. La crise sanitaire limitant les rencontres physiques, comment s'y prennent-ils pour occuper le terrain sur Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn? Qui sont les plus à l'aise? Nous avons scruté leur activité.

FACEBOOK LA BASE POUR TOUT LE MONDE... OU PRESQUE

Facebook est de loin le réseau social le plus prisé, avec 17 comptes personnels de candidates et candidats. La socialiste Florence Nater et Nathalie Schallenger (Le Centre) y concentrent tous leurs efforts.

Les deux candidates vert'libérales Mireille Tissot-Daguette et Brigitte Leitenberg s'y montrent aussi beaucoup. «Je publie régulièrement et réponds aux questions. Si ça devient trop agressif, j'informe que ce sera mon dernier message», détaille Brigitte Leitenberg.

A l'inverse, les socialistes Laurent Kurth et Frédéric Mairy ainsi que le candidat UDC Grégoire Cario sont absents de Facebook comme des autres réseaux sociaux. On peut le comprendre pour le sortant Laurent Kurth, déjà connu et astreint à une certaine réserve en tant que conseiller d'Etat en place.

C'est plus surprenant pour les deux autres, qui ont besoin de notoriété. Grégoire Cario s'en explique: «Il n'y a pas de vraies discussions sur Facebook et cela prend beaucoup de temps. J'y apparais donc seulement dans des contenus proposés par le parti. C'est un handicap de ne pas y être mais il faut se battre avec ses armes, et les formules courtes, ce n'est pas mon truc. Facebook ne doit pas être le moteur, c'est un complément.»

«Il y aurait un côté factice à y être actif uniquement pendant la campagne», réagit Frédéric Mairy. «J'y suis visible par les publications de mon parti et par ce que relaient les médias, cela me suffit. Et je réponds volontiers aux sollicitations directes. Sans remettre en question l'intérêt que de nombreuses personnes trouvent dans ces réseaux, je suis réservé face à leur usage, pour diverses raisons, notamment éthiques et écologiques.» Egalement absente de Facebook, Solenn Ochsner (Solidarités) alimente toutefois un compte Instagram.

INSTAGRAM PLUTÔT JEUNE, PLUTÔT DE GAUCHE

Comme dans la société en général, Instagram est davantage prisé par les plus jeunes. Si 11 candidates et candidats sur 21 disposent d'un compte, les PLR Crystel Graf et Lionel Rieder et la vert'libérale Mireille Tissot-Daguette l'utilisent toutefois à titre privé (il est soit accessible sur accord, soit consacré à la sphère personnelle). Six des huit comptes (plus ou moins) actifs pour la campagne sont marqués à gauche, avec Zoé Bachmann, Solenn Ochsner et Dimitri Paratte (Solidarités), Sarah Blum et Julien Gressot (POP) ainsi que le Vert Roby Tschopp. La vert'libérale Brigitte Leitenberg et Vincent Rollier (Apéro pour tout le monde) complètent le tableau. Les interactions sont limitées. Il s'agit surtout de se montrer en variant les visuels. A ce petit jeu, le Vert Roby Tschopp brille: il poste régulièrement des photos, des vidéos et des extraits d'article en taguant consciencieusement d'autres comptes pour attirer l'attention.

ÉLECTION AU CONSEIL D'ÉTAT QUI SE DISTINGUE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX?

AU TOP



Roby Tschopp (Les Verts)



Le Vert Roby Tschopp est, de loin, le candidat le plus visible sur les réseaux sociaux. Il se distingue particulièrement sur Twitter, un réseau peu prisé par ses rivaux et ses rivaux dans la course au Conseil d'Etat neuchâtelois.

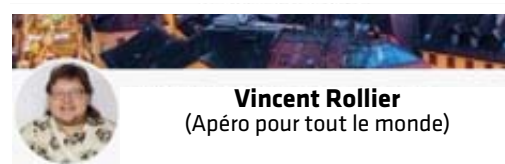
ON LES VOIT BEAUCOUP



Brigitte Leitenberg (Parti vert'libéral)



Florence Nater (PS)



Vincent Rollier
(Apéro pour tout le monde)



Nathalie Schallenger (Le Centre)



Mireille Tissot-Daguette (Parti vert'libéral)

Mireille Tissot-Daguette et Brigitte Leitenberg du Parti vert'libéral sont très actives, notamment sur Facebook, tout comme la socialiste Florence Nater et Nathalie Schallenger (Le Centre). Vincent Rollier (Apéro pour tout le monde) est, lui, un peu partout: Facebook, Instagram, Twitter et LinkedIn.

ON LES VOIT MOINS



Laurent Favre (PLR)



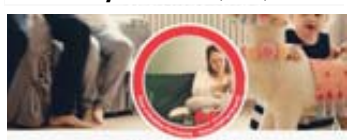
Crystel Graf (PLR)



Alain Ribaux (PLR)



Lionel Rieder (PLR)



Sarah Blum (POP)



Cédric Dupraz (POP)



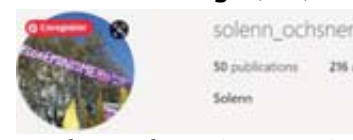
Léa Eichenberger (POP)



Julien Gressot (POP)



Zoé Bachmann (Solidarités)



Solenn Ochsner (Solidarités)



Dimitri Paratte (Solidarités)



Thomas Wroblewski (Vote blanc)

12 candidates et candidats sur 21 investissent avec moins d'ardeur les réseaux sociaux. Ils se limitent souvent à Facebook, principalement pour faire circuler des articles, des contenus du parti et quelques photos de campagne.

CE N'EST PAS LEUR TRUC

Grégoire Cario (UDC)
Laurent Kurth (PS)
Frédéric Mairy (PS)

Laurent Kurth, le conseiller d'Etat socialiste sortant, fait l'impasse sur les réseaux sociaux. Estimant Facebook trop astreignant pour ce qu'il pourrait en tirer, l'unique candidat UDC Grégoire Cario est aussi muet à titre personnel, tout comme le socialiste Frédéric Mairy.

Les données concernant l'activité sur les réseaux sociaux des candidates et des candidats sont disponibles à l'adresse bit.ly/3dDYFdv

TWITTER UN RÉSEAU À PART

Le PLR Lionel Rieder, le Vert Roby Tschopp, la vert'libérale Mireille Tissot-Daguette et Vincent Rollier (Apéro pour tout le monde) sont les seuls actifs sur Twitter dans le cadre de la campagne (les autres n'ont pas de compte, ou un compte sur lequel ils ne publient rien). Réputé pour être prisé par la classe politique, ce réseau social ne séduit donc pas dans le canton de Neuchâtel.

Si elle poste ou «retweete» assez souvent sur son compte, Mireille Tissot-Daguette ne peut toutefois toucher qu'un public limité puisqu'elle n'est suivie que par une vingtaine de personnes sur son compte, lancé en mars. Roby Tschopp est beaucoup plus visible: les quelque 400 abonnés à son compte (créé en 2017) peuvent partager avec leurs propres cercles de nombreux posts présentés dans les règles de l'art. «Je me suis mis à Twitter et Instagram quand j'étais responsable d'Actares, une association qui promeut la durabilité au sein des entreprises cotées en Bourse. Twitter, c'est simple et rapide, et je n'ai pas l'intention d'arrêter après la campagne», explique-t-il. «J'ai aussi ravivé mon compte Facebook pour les cantonales, mais je trouve ce réseau plus lourd. Je me fais donc appuyer par une personne, Leïla Rölli (réd: une blogueuse et militante écolo), qui le surveille et qui poste des photos quand je ne peux pas le faire moi-même. Etre présent sur les réseaux sociaux est important, il faut occuper le terrain car tout le monde ne lit pas le journal.»

LINKEDIN QUAND LA POLITIQUE SE MÊLE AU TRAVAIL

S'afficher en campagne sur LinkedIn, c'est partager ses engagements politiques avec ses contacts professionnels. Rares sont celles et ceux à s'engager sur cette voie, si ce n'est par de discrets «likes» de temps à autre. «J'utilise LinkedIn comme réseau professionnel, en ne mélangeant pas mes activités. Je remarque que la multiplicité des posts de campagne sur LinkedIn n'est pas toujours appréciée des utilisateurs réguliers de ce réseau», témoigne la PLR Crystel Graf. Dimitri Paratte (Solidarités) va dans le même sens: «LinkedIn, c'est professionnel et j'ai déjà assez de drapeaux rouges ailleurs pour pas m'ostraciser un peu plus. Et je n'ai pas d'électorat sur ce réseau.» Seuls Vincent Rollier (Apéro pour tout le monde) et le Vert Roby Tschopp ont personnalisé leur profil aux couleurs de leur campagne. Aucun des deux ne se fâchera avec son employeur pour autant: le premier est sans emploi, le second est désormais un professionnel de la politique, puisqu'il est conseiller communal de Val-de-Ruz.